

## บทที่ 5

### กระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้

การสร้างสรรค์ปกซีดีเป็นกระบวนการทำงานที่ควบคู่ไปกับการผลิตผลงานเพลงของศิลปิน ซึ่งอาจมีผู้ร่วมสร้างสรรค์เพียงไม่กี่คน หรืออาจเป็นกระบวนการทำงานที่มีระบบและเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่ายก็ได้ ทั้งนี้ การเข้ามามีส่วนร่วมหรือมีหน้าที่รับผิดชอบมากนักน้อยเพียงใดในกระบวนการออกแบบและผลิตปกอัลบั้มหนึ่ง ๆ ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ลักษณะองค์กร การกระจายงานของครีเอทีฟ (Creative) และนักออกแบบ (Designer) ความสามารถทางศิลปะหรือมุมมองเชิงสร้างสรรค์ของศิลปิน ความสำคัญของตัวศิลปินที่มีต่อองค์กร รวมไปถึงรูปแบบงาน เป็นต้น

เพื่อชี้ให้เห็นถึงจุดยืนในกระบวนการทำงานและวิถีคิดแบบอินดี้ที่แตกต่างไปจากสื่อกระแสหลัก ผ่านทางการผลิตปกซีดีเพลงของผู้ผลิตกลุ่มนี้ได้อย่างชัดเจน จำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงภูมิหลังของกระบวนการออกแบบและผลิตปกซีดีเพลงอินดี้ในภาพรวมเสียก่อน

#### 5.1 กระบวนการออกแบบและผลิตปกซีดีเพลงอินดี้ในประเทศไทย

แต่เดิมผู้ผลิตผลงานเพลงอิสระเป็นที่รู้จักกันในชื่อของ “ศิลปินเพลงใต้ดิน” (Underground artist) ซึ่งจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มคนฟังวงแคบในยุคที่ดนตรีกระแสหลักครองตลาดเพลงไทยเกือบทั้งหมด เนื่องจากศิลปินเพลงใต้ดินยังขาดช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงคนฟังส่วนใหญ่ได้ อีกทั้งเนื้อหาและท่วงทำนองดนตรีก็มีความเฉพาะตัวเข้าถึงได้ยาก ทำให้ผลงานเพลงและศิลปินไม่เป็นที่รู้จักในหมู่มคนทั่วไปเท่าใดนัก แม้แต่ปกอัลบั้มที่ห่อหุ้มเทปคาสเซ็ทเพลงใต้ดินในยุคนั้นก็มิได้มีรูปแบบที่โดดเด่น ทั้งในด้านการสร้างสรรค์ และคุณภาพของวัสดุที่ใช้ รวมถึงการพิมพ์ปกอัลบั้ม ซึ่งส่วนใหญ่ศิลปินจะใช้วิธีการพิมพ์ด้วยตนเองหรือนำไปถ่ายเอกสารมากกว่าจะเข้าสู่ระบบการพิมพ์แบบอุตสาหกรรมโดยโรงพิมพ์ อาจเนื่องมาจากจำนวนการผลิตน้อยภายใต้งบประมาณที่จำกัด ทำให้ศิลปินไม่เห็นถึงความจำเป็นของการลงทุนในส่วนนี้มากนัก อีกทั้งผลงานเพลงก็มิได้มีการโปรโมทผ่านสื่อ และไม่ได้วางขายในแผงเทปทั่วไป เช่นอัลบั้มเพลงลิขสิทธิ์

จนกระทั่งต่อมาเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2537-2540 เมื่อเริ่มมีศิลปินอิสระทั้งที่สังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็ก และศิลปินที่ผลิตผลงานด้วยตนเองมากขึ้น ตลอดจนเนื้อหาและท่วงทำนองดนตรี แม้จะมีได้ตามกระแสตลาด แต่ก็ฟังไม่ยากอย่างเพลงใต้ดินในยุคเดิม ผวนวกกับมีสื่อที่เปิดเพลงให้แก่ศิลปินอิสระไม่จำกัดค่ายและมีสไตล์เพลงที่แปลกออกไปมากขึ้น อย่างเช่นสถานีวิทยุไพเรทเรดิโอ (Pirate radio) FM 89 โดยวินิจ เลิศรัตนชัย ในช่วงปี พ.ศ.2538 (ปัจจุบันปิดตัวไปแล้ว) และมีรายการวิทยุเรดิโอแอ็กทีฟ (Radio Active) FM 94.0 จัดรายการโดยวาสนา วีระชาติพล ซึ่งได้รับเสียงตอบรับที่ดีพอสมควร ทำให้ผลงานเพลงของศิลปินอิสระเริ่มเป็นที่รู้จักในสังคมวงกว้างมากขึ้น อีกทั้งยังมีวงชายตามแนงเทปหลายแห่งคู่กับเพลงกระแสหลัก จนทำให้หลายคนเรียกยุคนี้ว่าเป็น “ยุคเพลงอัลเทอร์เนทีฟ” (Alternative music) ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นยุคบุกเบิกที่วางรากฐานให้แก่เพลงอินดี้ในปัจจุบัน ศิลปินอิสระที่มีชื่อเสียงในช่วงเวลานั้นได้แก่ วงครับ, ซีเปีย, โมเดิร์นด็อก, โจ้บ๊อย, อิมพ์, คิตแนปเปอร์ส, สีเต่าเธอ, ละอ่อน, พราว, สติวเด็นท์ อักลี, ปฐมพร, สตรีท ฟังก์ โรลเลอร์ส, วงดาววัน, ดอนผีบิน เป็นต้น ในปัจจุบันบางวงก็ได้เซ็นสัญญากับบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ หรือเข้าสู่สังกัดบริษัทดนตรีกระแสหลักจากต่างประเทศที่มาเปิดตลาดในเมืองไทย (Major Debut) ในขณะที่บางวงก็สูญหายไปกับกาลเวลา นอกจากนี้ ยังมีศิลปินอิสระส่วนหนึ่งในยุคนั้นที่หันมาเปิดบริษัทดนตรีขนาดเล็กของตนเองกระทั่งเติบโตขึ้นจนเป็นที่รู้จักในปัจจุบัน ได้แก่ บริษัทสมอลรูม (อดีตสมาชิกบางส่วนของวงพราว และวงครับ), ซับดิส (อดีตสมาชิกบางส่วนของวงครับ), หัวลำโพงริดดีม (ศิลปินวงทีโบน), เพลย์กราวด์มิวสิก หรือชื่อเดิมคือ อันเดอร์โทนเรคคอร์ด (อดีตสมาชิกบางส่วนของวงพรายเคย์และทูเคย์อะโกคิสต์) เป็นต้น

ผลงานปกอัลบั้มในยุคนี้เริ่มมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเปลี่ยนแปลงที่ประจักษ์อย่างชัดเจนในการรับรู้ของสังคมวงกว้างจากบริษัทดนตรีขนาดเล็ก อย่างเบเกอร์มิวสิก (พ.ศ.2537) ที่เริ่มมีการว่าจ้างนักออกแบบเพื่อสร้างสรรค์ผลงานด้านศิลปะ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของศิลปิน การแต่งกาย รวมไปถึงสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อย่างปกอัลบั้มด้วย เป็นผลให้ผู้ผลิตเพลงอิสระอื่น ๆ รวมถึงค่ายเพลงกระแสหลักเริ่มหันมาพิถีพิถันและลงทุนสร้างสรรค์ส่วนห่อหุ้มผลงานเพลงอย่างจริงจังมากขึ้นในเวลาต่อมา

ปกอัลบั้มในสังกัดบริษัทดนตรีเบเกอร์มิวสิกในยุคนั้นถือได้เป็นจุดเริ่มต้นที่นำความแปลกใหม่มาสู่วงการกราฟิกปกอัลบั้มในประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม นักออกแบบของบริษัทหลายท่านสำเร็จการศึกษาทางด้านกราฟิกออกแบบมาจากต่างประเทศ ได้รับอิทธิพลทางความคิดและโลกทัศน์ใหม่ ๆ มาปรับใช้กับการออกแบบและผลิตปกอัลบั้มของศิลปินในสังกัด นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการนำเสนอโดยไม่ยึดติดกับการขึ้นปกด้วยภาพหน้าตาของศิลปิน ที่เน้นเพียงความสวยงามอย่างตรงไปตรงมาเช่นปกซีดีเพลงกระแสหลักทั่วไป รวมถึงการให้ความสำคัญ

กับวัสดุที่ใช้ และการพิมพ์ที่มีคุณภาพ มีการนำบรรจุภัณฑ์ซีดีที่ผลิตเป็นกล่องกระดาษมาใช้มากขึ้น จากแต่เดิมที่มีเพียงกล่องพลาสติกใสชนิดแข็งเท่านั้น (Jewel case) ในส่วนของเนื้อหาเรื่องราวที่น่าเสนอก็ก่อให้เกิดความสำคัญมากขึ้นเช่นกัน ทั้งเนื้อหาที่สื่อสารถึงตัวตนของศิลปิน และการสะท้อนหรือแฝงแง่มุมความคิดต่าง ๆ ของผู้ผลิตที่มีต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกอย่างยืเยวหรือประชดเสียดสีสร้าง ความขบขันแก่ผู้พบเห็นก็ตาม สไตส์การนำเสนอที่มีความหมายรวมทั้งรูปลักษณะที่โดดเด่นสะดุดตาและเฉพาะตัวเหล่านี้ ได้นำมาซึ่งกระแสตอบรับของสังคมอย่างสูง จนกระทั่งหลายคนยกย่องให้เบเกอร์มีวสิคเป็นบริษัทดนตรีต้นแบบหรือแรงบันดาลใจสำหรับศิลปินอื่นดีในช่วงเวลาต่อมา ทั้งในด้านการผลิตผลงานเพลงและการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มที่สวยงามและทรงคุณค่า

ในส่วนของ การเปลี่ยนแปลงจากการผลิตปกเทปมาเป็นปกซีดีเพลง ผู้ออกแบบต้องปรับวิธีคิดและเทคนิคเพื่อให้เหมาะสมกับขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เปลี่ยนไป ซึ่งมีผลต่อขนาดของภาพและการพับปกให้พอดีกับตัวกล่อง โดยยังคงความหมายที่ต้องการสื่อสารอย่างเดียวกันระหว่างการผลิตปกเทปและปกซีดีเพลงในอัลบั้มนั้น ๆ นักออกแบบส่วนใหญ่มองว่าการออกแบบปกซีดีมีข้อได้เปรียบกว่าปกเทปหลายด้าน เนื่องจากมีพื้นที่มากกว่าทำให้สามารถเสริมลูกเล่นได้มากขึ้น อีกทั้งผู้ผลิตมักมีงบประมาณในส่วนของ การสร้างสรรค์ปกซีดีมากกว่าปกเทป เนื่องจากการผลิตซีดีเพลงมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าเทปคาสเซ็ทมาก

“เทปจะไม่มีงบทำเท่าไร พอหมดล็อตก็หยุด ซีดีจะมีกำไรต่อหน่วยเยอะกว่าเทปมาก”  
(พอพล อินทรวิชัย, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2549)

“ในแง่การออกแบบและการสื่อสาร เทปกับซีดี ต่างกันแค่รูปแบบ ตอนนี่ซีดีทำอะไรได้มากขึ้น เพราะตัวแผ่นสามารถใส่ในปกกระดาษแทนกล่องพลาสติกธรรมดาได้ และสามารถทำกลไกให้ซับซ้อนขึ้น แต่ปกเทปอย่างไรก็ต้องใส่ในเคส กลไกจึงค่อนข้างธรรมดา เป็นกระดาษยาว ๆ แล้วพับ อย่างมากก็ทำปลอกใส่ แต่ดินอะไรไม่ค่อยได้”  
(ภาณุ พันธุ์สินชัย, สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2549)

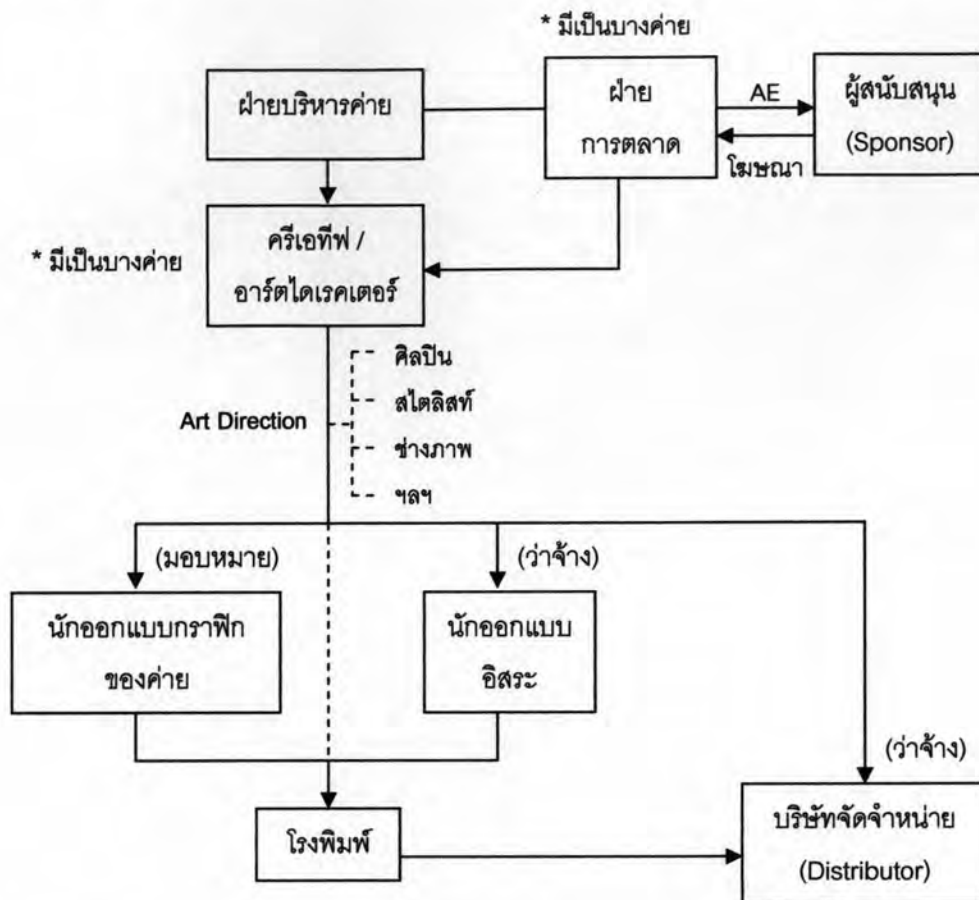
สำหรับศิลปินอิสระที่มีงบประมาณในการผลิตผลงานอย่างจำกัด ซีดีเพลงจึงเป็นทางออกที่ดีที่สุดในการนำมาบันทึกเสียง และพื้นที่บนปกซีดีที่มีมากขึ้นก็มีส่วนให้ผู้ผลิตหลายคนเล็งเห็นถึงความสำคัญในการสื่อสารและนำเสนอเนื้อหาตามไปด้วย

ในประเทศไทย “เพลงอินดี้” (Indie music) เป็นคำที่เพิ่งถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางเมื่อประมาณ 5-6 ปีมานี้ เพื่อแทนความหมายถึงผลงานเพลงของผู้ผลิตซึ่งเป็นศิลปินอิสระ หรือบริษัทดนตรีขนาดเล็ก ที่ไม่เกี่ยวข้องหรืออยู่ภายใต้การบริหารหรือจดทะเบียนเป็นบริษัทลูกของธุรกิจบันเทิงใด ๆ เพลงอินดี้ได้รับความนิยมจากผู้ฟังเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจัยสำคัญมาจากการเกิดขึ้นของสถานีวิทยุซึ่งเปิดเพลงแบบไม่จำกัดค่ายในชื่อ “แฟต เรดิโอ” (Fat radio) FM.104.5 ทั้งจากการนำเสนอช่วงเบดรูม สตูดิโอ (Bedroom studio) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังสร้างสรรค์ผลงานเพลงของตัวเองและส่งเข้ามาเปิดให้ฟังกันแบบสด ๆ ในรายการ รวมถึงการจัดกิจกรรม แฟต เฟสติวัล (Fat festival) ที่มีขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้ศิลปินอิสระและบริษัทดนตรีขนาดเล็กทั้งหลายมารวมตัวกันเข้าถึงผู้ฟังได้โดยตรง ในยุคที่เริ่มมีสถานีวิทยุแห่งนี้ ทำให้เกิดศิลปินอิสระหน้าใหม่ และบริษัทดนตรีขนาดเล็กเปิดตัวขึ้นมากมาย การแข่งขันในแวดวงสร้างสรรค์ปกอัลบั้มก็มีมากตามไปด้วย ผู้ผลิตเพลงอินดี้หลายแห่งได้ว่าจ้างนักออกแบบอิสระเพื่อสร้างสรรค์ปกอัลบั้มให้สวยงามโดดเด่นเมื่อนำไปวางบนแผง เนื่องด้วยช่องทางการสื่อสารที่จำกัดทำให้สิ่งพิมพ์ปกอัลบั้มเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ผลิตกลุ่มนี้ อย่างน้อยก็สร้างความตระหนักและการรับรู้ของผู้คนในเมืองแรกที่พบเห็นจากแผงเทป เพื่อนำไปสู่การเลือกที่จะเปิดรับต่อไป

การผลิตปกอัลบั้มสำหรับศิลปินอินดี้ทั้งที่สังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็กและศิลปินอิสระต่างก็เป็นกระบวนการที่มีความยืดหยุ่นสูงเช่นเดียวกันเมื่อเทียบกับการผลิตในองค์กรใหญ่ สำหรับศิลปินอินดี้ บางครั้งปกอัลบั้มอาจถูกสร้างสรรค์ไปพร้อม ๆ กับขั้นตอนของการผลิตผลงานเพลง แต่ในหลาย ๆ ครั้ง ปกอัลบั้มก็ถูกนึกถึงและมอบหมายให้ทำในขั้นตอนสุดท้ายด้วยความจำเป็นเพื่อเร่งให้ทันวางจำหน่าย กรณีที่ศิลปินสังกัดในบริษัทดนตรีขนาดเล็ก บริษัทอาจเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการผลิตและออกแบบปกซีดีเพลงให้ หรือศิลปินอาจเลือกที่จะรับผิดชอบเป็นผู้ดำเนินการด้วยตนเองเช่นเดียวกับศิลปินอิสระก็ได้

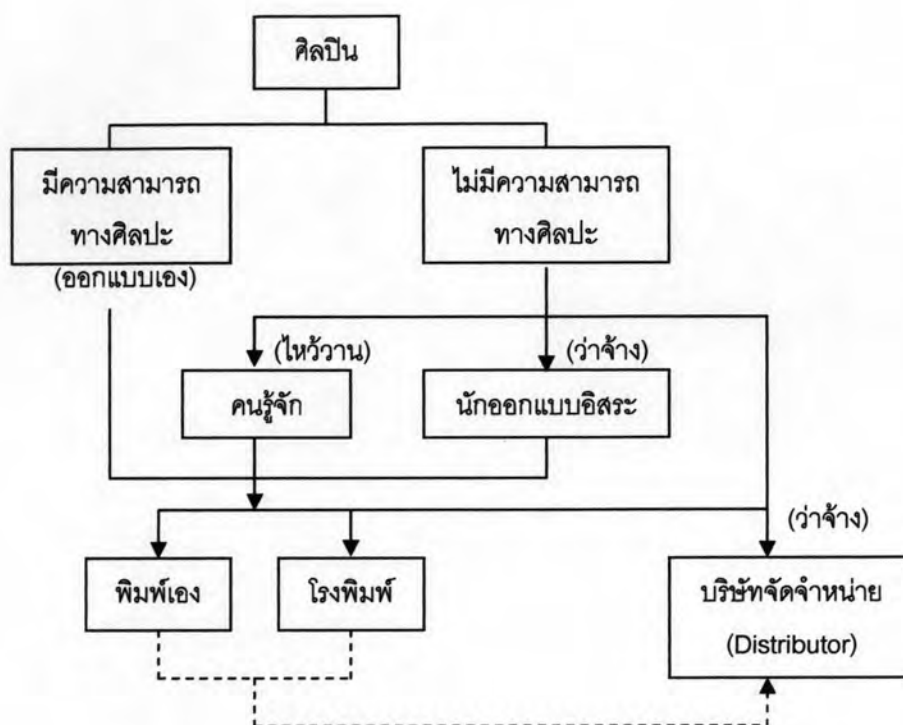
*กรณีแรก บริษัทดนตรีขนาดเล็กเป็นผู้รับผิดชอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งศิลปินที่เซ็นสัญญาเป็นศิลปินในสังกัด บริษัทมักจะเป็นผู้ดำเนินการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงให้ โดยอาจมีฝ่ายที่ทำหน้าที่ด้านศิลป์เป็นผู้ดำเนินการ ไม่ก็ว่าจ้างนักออกแบบอิสระ หรือมอบหมายให้บริษัทจัดจำหน่ายเป็นผู้ออกแบบและผลิตปกซีดีเพลง พร้อมทั้งจัดจำหน่ายอัลบั้มไปด้วย ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับข้อตกลงเบื้องต้นในการว่าจ้าง ผู้วิจัยได้แสดงกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงโดยบริษัทดนตรีขนาดเล็กเป็นผู้รับผิดชอบ เป็นแผนภาพที่ 5.1 ดังนี้*

แผนภาพที่ 5.1 กระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้โดยบริษัทดนตรีขนาดเล็กเป็นผู้รับผิดชอบ (พ.ศ.2549)



กรณีที่สอง ศิลปินเป็นผู้รับผิดชอบการผลิตปกอัลบั้มของตนเอง ไม่ว่าจะเป็ ศิลปินที่ผลิตผลงานเพลงและเผยแพร่ในนามบริษัทดนตรีขนาดเล็ก หรือจะเป็นศิลปินอิสระก็ตาม ศิลปินอาจเลือกให้บริษัทดนตรีเป็นผู้ดำเนินการจัดทำปกอัลบั้มให้ดังเช่นกรณีแรก หรือเลือกที่จะรับผิดชอบในการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มของตนเองเช่นเดียวกับศิลปินอิสระ ทั้งนี้ หากศิลปินมีความสามารถทางศิลปะ หรือมุมมองเชิงสร้างสรรค์ ศิลปินก็มักเป็นผู้ออกแบบปกอัลบั้มของตนเองในทางกลับกัน ศิลปินที่ไม่มีความสามารถเฉพาะด้านดังกล่าว อาจเลือกให้อาจารย์ที่รู้จักคุ้นเคยกัน หรือว่าจ้างนักออกแบบอิสระเป็นผู้สร้างสรรค์ให้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่าย ซึ่งกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นจากผู้ผลิตเพลงอินดี้ในปัจจุบัน ได้แก่ บริษัทเฮีย (Here), บริษัทแพลตินัม (Platinum), บริษัทฟรีไอ (Free I), และร้านน้อง ท่าพระจันทร์ เป็นต้น บริษัทจัดจำหน่ายเหล่านี้ อาจช่วยดำเนินการออกแบบและผลิตปกอัลบั้ม รวมถึงจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขายให้ด้วย ขึ้นอยู่กับข้อตกลงเบื้องต้นในการว่าจ้าง ผู้วิจัยได้แสดงกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงโดยศิลปินเป็นผู้รับผิดชอบ เป็นแผนภาพที่ 5.2 ดังนี้

แผนภาพที่ 5.2 กระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้โดยศิลปินเป็นผู้รับผิดชอบ (พ.ศ.2549)



จากการศึกษา พบว่า กระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงโดยผู้ผลิตและออกแบบที่ต่างกัน ทำให้ลักษณะการทำงาน การถ่ายทอดวิีคิด รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของบุคคลต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย จากแผนภาพที่ 5.1 และ 5.2 ซึ่งแสดงกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้ในความรับผิดชอบของผู้ผลิต 2 กลุ่ม คือ บริษัทดนตรีขนาดเล็กและศิลปินอิสระ จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตได้มอบหมายหน้าที่ในการออกแบบและผลิตปกอัลบั้มให้แก่บุคคล 5 กลุ่มด้วยกัน ดังนี้

- 1) นักออกแบบในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็ก
- 2) นักออกแบบอิสระ
- 3) บริษัทจัดจำหน่าย
- 4) เพื่อนหรือคนรู้จักที่ศิลปินไหว้วานให้ช่วยออกแบบ
- 5) ศิลปินเป็นผู้ออกแบบเอง



จากข้อมูลการสัมภาษณ์ศิลปินอิสระผู้ผลิตอัลบั้มที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 10 อัลบั้ม รวมทั้งนักออกแบบกราฟิกด้านปกอัลบั้ม 12 ท่าน ซึ่งมีผลงานการออกแบบปก เทปและซีดีเพลงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ในช่วง 10 ปีมานี้ ทั้งในบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ บริษัทดนตรี ขนาดเล็ก และศิลปินอิสระ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ช่างภาพอิสระที่มีผลงานถ่ายภาพปก อัลบั้มจำนวนมากอีก 1 ท่าน สามารถแบ่งการทำงานของกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้ ได้เป็น 3 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่

- 1) กระบวนการทางความคิดและการติดต่อสื่อสารก่อนการออกแบบ
- 2) กระบวนการออกแบบและผลิตต้นแบบปกซีดีเพลง
- 3) กระบวนการพิมพ์

เมื่อพิจารณาพบว่าการทำงานในส่วนแรกซึ่งเป็นส่วนของกระบวนการทางความคิดและการติดต่อสื่อสารก่อนการออกแบบ จะมีลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างผู้ทำหน้าที่ผลิตและออกแบบปกซีดีเพลงอินดี้ทั้ง 5 กลุ่มข้างต้น สาเหตุสำคัญที่ทำให้รูปแบบของกระบวนการทางความคิดและการติดต่อสื่อสาร ระหว่างผู้รับหน้าที่ผลิตและออกแบบแต่ละกลุ่มมีขั้นตอนที่ต่าง กัน เนื่องจากขอบเขตความรับผิดชอบและโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ออกแบบที่ต่างกัน ซึ่งจะมีผลต่อการกำหนดแนวความคิดและการสร้างสรรค์งานให้เป็นรูปธรรมในส่วนของกระบวนการออกแบบและผลิตต้นแบบปกซีดีเพลงรวมไปถึงกระบวนการพิมพ์ในขั้นต่อไป

ในส่วนของกระบวนการออกแบบและผลิตต้นแบบปกซีดีเพลงอินดี้ส่วนใหญ่แม้จะมี ขั้นตอนการทำงานที่ไม่แตกต่างกันนัก แต่ด้วยข้อจำกัดเฉพาะกลุ่ม ซึ่งได้แก่ หน้าที่รับผิดชอบ ประมาณ ระยะเวลาการทำงาน และการเข้าถึงข้อมูล รวมทั้งประสบการณ์ของผู้ออกแบบแต่ละกลุ่มซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) สำคัญ ก็มีส่วนให้วิธีการถ่ายทอดความคิดมายังผลผลิตสุดท้าย (Output) มีความแตกต่างกันตามไปด้วย ผู้วิจัยได้แสดงภาพรวมของกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดี เพลงอินดี้ในประเทศไทย เป็นแผนภาพที่ 5.3 ดังนี้

แผนภาพที่ 5.3 ภาพรวมของกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้ในประเทศไทย (พ.ศ.2549)

ขั้นตอน	ส่วนที่ 1 กระบวนการทางความคิดและการติดต่อสื่อสารก่อนการออกแบบ				
	รูปแบบ				
	1. นักออกแบบในสังกัด	2. ว่าจ้างนักออกแบบอิสระ	3. ว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่าย	4. ศิลปินไหว้วานคนรู้จัก	5. ศิลปินออกแบบด้วยตนเอง
1	ฝ่ายบริหารมอบหมายงานนักออกแบบภายใน (อาจทำหน้าที่เป็นครีเอทีฟ / อาร์ตไดเรคเตอร์ด้วย)	บริษัทดนตรีขนาดเล็ก / ศิลปินอิสระ (ผู้ว่าจ้าง) ติดต่อนักออกแบบ	บริษัทดนตรีขนาดเล็ก / ศิลปินอิสระ (ผู้ว่าจ้าง) ติดต่อบริษัทจัดจำหน่าย	ศิลปินติดต่อไหว้วานเพื่อน / คนรู้จัก	-
2	ฝ่ายบริหารสรุปความคิดและกำหนดเวลาค่าใช้จ่าย หน้าที่	ผู้ว่าจ้างสรุปความคิดและกำหนด เวลา ค่าใช้จ่าย หน้าที่	ผู้ว่าจ้างสรุปความคิดและกำหนด เวลา ค่าใช้จ่าย หน้าที่	ศิลปินอาจเสนอความต้องการหรือให้ฟังเพลง	
3	นักออกแบบอาจตั้งทีมปฏิบัติงานซึ่งได้แก่ ครีเอทีฟ / อาร์ตไดเรคเตอร์ และนักออกแบบด้านกราฟิก	ผู้ออกแบบศึกษาข้อมูลอัลบั้มและศิลปิน	ผู้แทนของบริษัทจัดจำหน่ายสรุปความคิดให้นักออกแบบของบริษัทดำเนินการ / ว่าจ้างนักออกแบบอิสระ		
4	ผู้ออกแบบศึกษาข้อมูลอัลบั้มและศิลปิน		ผู้ออกแบบศึกษาข้อมูลอัลบั้มและศิลปิน		



ขั้นตอน	ส่วนที่ 2 กระบวนการออกแบบและผลิตต้นแบบปกซีดีเพลง
1	การกำหนดความคิดและออกแบบปกซีดี
2	การถ่ายภาพ (ถ้ามี)
3	การตกแต่งกราฟิกคอมพิวเตอร์
4	สร้างงานต้นแบบ (Art work)



ส่วนที่ 3 กระบวนการพิมพ์



### 5.1.1 กระบวนการทางความคิดและการติดต่อสื่อสารก่อนการออกแบบ

ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างสรรค์ปกอัลบั้ม ซึ่งมีความสำคัญต่อทั้งกระบวนการรวมไปถึงรูปแบบผลผลิตในขั้นสุดท้าย เนื่องจากการตัดสินใจเลือกมอบหมายความรับผิดชอบให้แก่ผู้ออกแบบแต่ละคน ซึ่งมีปัจจัยทางด้านภูมิหลัง ประสบการณ์ ตลอดจนสไตล์ในการออกแบบที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อวิธีคิดและการทำงานที่ต่างกันด้วย

การติดต่อสื่อสารขั้นต้นในส่วนนี้เป็นส่วนที่ความคิดเกี่ยวกับผลงานเพลงและศิลปินจะถูกส่งผ่านไปยังผู้รับหน้าที่ผลิตและออกแบบปกซีดีเพลงอินดี้ เพื่อกำหนดแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานอย่างเป็นทางการต่อไป ผู้รับผิดชอบ ซึ่งได้แก่ นักออกแบบในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็ก นักออกแบบอิสระ นักออกแบบจากบริษัทจัดจำหน่าย คนรู้จักที่ศิลปินไหว้วานให้ช่วยออกแบบ หรือแม้แต่ศิลปินเป็นผู้ออกแบบปกอัลบั้มของตนเอง ได้นำไปสู่รูปแบบการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้ 5 รูปแบบที่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

#### 5.1.1.1 การสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้โดยนักออกแบบในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็ก

บริษัทดนตรีขนาดเล็กส่วนใหญ่มีพนักงานไม่มากนัก บริษัทที่มีนักออกแบบในสังกัด นักออกแบบอาจทำหน้าที่ครีเอทีฟ อาร์ตไดเรคเตอร์ และนักออกแบบกราฟิกในขณะเดียวกัน ซึ่งจะดูแลงานด้านศิลป์ทั้งหลายของบริษัทรวมถึงสิ่งพิมพ์ปกอัลบั้มด้วย เรียกได้ว่ามีหน้าที่รับผิดชอบกว้างกว่านักออกแบบในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ซึ่งทำงานแยกส่วนชัดเจน

##### การมอบหมายงานและผู้เกี่ยวข้อง

กระบวนการในส่วนนี้เริ่มต้นจากฝ่ายบริหารและฝ่ายการตลาดของบริษัทดนตรีขนาดเล็ก (ถ้ามี) ได้สรุปความคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับงาน (Brief) รวมทั้งกำหนดระยะเวลางบประมาณ และหน้าที่รับผิดชอบแก่นักออกแบบในสังกัด ซึ่งอาจทำหน้าที่เป็นครีเอทีฟหรืออาร์ตไดเรคเตอร์ของค่ายโดยตรง เพื่อที่ครีเอทีฟหรืออาร์ตไดเรคเตอร์จะได้ประสานงานและกำหนดทิศทางการออกแบบให้กับนักออกแบบด้านกราฟิก รวมถึงผู้ดำเนินการส่วนอื่น ๆ บริษัทที่มีแผนกด้านออกแบบอย่างชัดเจน อาจตั้งเป็นทีมปฏิบัติงานสร้างสรรค์ (Creative team) เพื่อรับผิดชอบงานด้านศิลป์สำหรับแต่ละอัลบั้ม ซึ่งในทีมประกอบไปด้วย ครีเอทีฟ หรืออาร์ตไดเรคเตอร์ และนักออกแบบด้านกราฟิก ตามความเหมาะสม จากนั้นผู้รับหน้าที่สร้างสรรค์ปกซีดีเพลงในสังกัดอาจจะศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอัลบั้มเพิ่มเติมเพื่อวางแนวความคิดในการออกแบบต่อไป

### การกำหนดขอบเขตและข้อตกลงเบื้องต้น

การสร้างสรรคปกซีดีในสังกัดบริษัทดนตรีเล็กส่วนใหญ่ มักเป็นขั้นตอนที่ดำเนินการไปพร้อม ๆ กับการผลิตผลงานเพลง หรืออาจทำหลังจากผลงานเพลงเริ่มเป็นรูปเป็นร่างแล้วส่วนหนึ่ง โดยครีเอทีฟที่รับหน้าที่ออกแบบอาจมีส่วนร่วมในการผลิตผลงานมาตั้งแต่ต้น ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจเนื้อหาของงาน และมีเวลาเตรียมการกำหนดทิศทางให้แก่งานออกแบบปกอัลบั้มมากขึ้น แต่บางครั้งบริษัทอาจเร่งกำหนดเวลาการออกแบบให้สั้นลงเพื่อให้ทันวางจำหน่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงของการจัดงานแฟตเฟสติวัลโดยสถานีวิทยุแพตเรดิโอ ประมาณเดือนพฤศจิกายนของทุกปี ซึ่งเป็นช่วงที่มีผลงานเพลงของศิลปินอินดี้ทั้งที่สังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็กและศิลปินอิสระออกมาวางจำหน่ายมากที่สุดในแต่ละปี จากการที่มีระยะเวลาในการทำงานอย่างจำกัดทำให้ผู้ออกแบบต้องเลือกสรรสร้างสรรคปกซีดีเพลงด้วยรูปแบบที่ลดขั้นตอนการทำงานไม่ให้เยิ่นเย้อ และอาจทำให้ไม่สามารถศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัลบั้มได้อย่างเต็มที่

ในส่วนของงบประมาณการผลิตปกซีดีเพลงโดยบริษัทดนตรีขนาดเล็กทั่วไปเฉลี่ยแล้วจะอยู่ที่ประมาณ 10-20 บาทต่อปก ทั้งที่ในบริษัทดนตรีขนาดใหญ่อย่างจีเอ็มเอ็มแกรมมี่หรืออาร์เอสมีงบประมาณการผลิตต่อหนึ่งปกอัลบั้มโดยเฉลี่ยเพียง 3-5 บาทเท่านั้น เนื่องมาจากปริมาณการพิมพ์ปกซีดีสำหรับบริษัทดนตรีขนาดเล็กมีจำนวนน้อย เมื่อมีจำนวนการผลิตไม่มากนักราคาจึงสูงตามไปด้วย นอกจากนี้คุณภาพของวัสดุที่ใช้ และระบบการพิมพ์ซึ่งนักออกแบบได้กำหนดไว้เพื่อความสวยงามของรูปแบบปกซีดีเพลงที่น่าเสนอ ก็เป็นอีกสาเหตุสำคัญที่มีผลต่อราคาการผลิต ทั้งนี้ผู้รับหน้าที่เป็นครีเอทีฟหรืออาร์ตไดเรคเตอร์ของบริษัทจะเป็นผู้จัดสรรค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้เหมาะสม และกำหนดรูปแบบความคิดของปกอัลบั้มให้สอดคล้องกัน

ในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็กบางครั้งอาจมีการผลิตปกอัลบั้มที่จัดทำขึ้นเป็นพิเศษกว่าปกอื่น ๆ สำหรับหอหุ้มอัลบั้มที่เป็นลิมิเต็ดอีดิชัน (Limited Edition) หรืออัลบั้มที่ผลิตออกมาจำนวนจำกัด ประมาณ 100, 500 หรือ 1,000 แผ่นแรกก่อนการวางจำหน่ายปกซีดีขึ้นอยู่กับผู้ผลิต ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าการผลิตปกอัลบั้มทั่วไป การลงทุนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 50-100 บาทต่อปก จากข้อมูลการสัมภาษณ์นักออกแบบที่เคยสังกัดอยู่ในบริษัทดนตรีเบเกอรี่มิวสิคในยุคแรก ๆ ก่อนรวมตัวกับบริษัทบีเอ็มจีมิวสิคเอนเตอร์เทนเมนต์ประเทศไทยในปี พ.ศ. 2544 จะเห็นว่าการผลิตปกอัลบั้มที่เป็นลิมิเต็ดอีดิชันส่วนใหญ่เป็นการตามใจผู้ออกแบบ เพื่อให้ได้แสดงความสามารถในการสร้างสรรค์อย่างเต็มที่โดยไม่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ หรืออาจเป็นการนำอัลบั้มที่ผลิตเกินงบประมาณมาจำหน่ายเป็นอัลบั้มลิมิเต็ดอีดิชันก็ได้ นอกจากนี้ยังเป็นการมอบของขวัญแก่นักสะสมรวมถึงผู้ฟังที่ซื้อในลำดับต้น ๆ อีกด้วย และนี่ก็ถือได้ว่าเป็น

จุดเด่นประการหนึ่งสำหรับการสร้างสรรค์อัลบั้มโดยนักออกแบบในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็ก ซึ่งผู้บริหารยอมให้เงินลงทุนในส่วนนี้เป็นพิเศษสำหรับบางอัลบั้ม โดยจะพบได้น้อยมากจากอัลบั้มในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ที่มีข้อจำกัดทางการตลาดมากมายคอยกำกับ

“ลิมิเต็ดเป็นงานที่ทำเพื่อคนออกแบบ แต่งานปกติเป็นงานเพื่อศิลปิน บางทีที่เราทำเกินงบ เขาอาจเอาไปทำลิมิเต็ดก่อนก็ได้ ถ้ามาร์เก็ตติ้งเข้าใจ ก็อาจให้ทำได้เท่านี้แหละนะ แต่ว่าต้องเอาอาร์ตเวิร์กใหม่แบบธรรมดาตามาส่งด้วย” (นุติ นิมสมบูรณ์, สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2549)

“เขายอมลงทุนให้ผมทำออกมาเพียงก็ชุดพอ เพื่อที่มันจะไม่แพงมาก ให้ทำอย่างที่ยากทำได้ แต่ทำแค่เท่านั้นนะ ที่เหลือมันคืออุตสาหกรรม ยอมให้อาร์ตช่วงแรกแค่นั้น ลิมิเต็ดอดิชั่นมันเป็นการทำให้รู้สึกว่าคุณค่าขึ้น” (วรุฒม์ ปันยารชุน, สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2549)

“ลิมิเต็ดนี้เราสามารถเล่า 100% แล้วเวลาเราขอเป็นแบบที่ขายทั่วไป เราก็เล่าขอแบบ 100% แต่บาลง ด้วยเงื่อนไข ลิมิเต็ดเขาจะบอกว่า มึงบให้มากกว่า แต่เฉพาะเท่านั้นแหละ ส่วนใหญ่คนซื้อเป็นคนที่จะสม อย่างผมก็ซื้อลิมิเต็ด” (เคลวิน ห่วง, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2549)

### ที่มาของความคิดในการออกแบบ

ที่มาของความคิดหรือข้อมูลที่ผู้ออกแบบนำมาใช้กำหนดแนวทางการผลิตปกซีดีเพลงนอกจากการรับรายละเอียดงานจากฝ่ายบริหารแล้ว ผู้ออกแบบอาจศึกษาข้อมูลเบื้องต้นที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ แนวคิดในการผลิตอัลบั้ม (Album concept) และกลุ่มเป้าหมาย, การพูดคุยเพื่อศึกษาเรื่องราวความเป็นมาของศิลปิน, และการรับฟังบทเพลงในอัลบั้มก่อนล่วงหน้าเพื่อทำความเข้าใจถึงเนื้อหา อารมณ์เพลง และวัฒนธรรมต้นกำเนิดของแนวดนตรีนั้น ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ออกแบบอาจเลือกศึกษาข้อมูลอย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งหมด ขึ้นอยู่กับวิธีการของแต่ละคน รวมถึงระยะเวลาในการทำงาน และความพร้อมของแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ด้วย นอกจากนี้ การที่ทำงานร่วมกับศิลปินที่มีความเข้าใจงานสร้างสรรค์อัลบั้มและรู้ความต้องการของตัวเองอย่างชัดเจนก็เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ผู้ออกแบบทำงานได้ง่ายขึ้น

“ศิลปินบางคนก็เสนอความคิด บางคนก็ตามใจผม เราไม่ควรเอาตัวเราไปใส่ ผมจะให้สิ่งที่เขาเป็นได้มากกว่า อย่างโมเดิร์นดิอกเขาชัดเจนในตัวเอง ป๊อดก็เรียนอาร์ตมา จะทำงานง่าย พอเขาเสนอความคิด เราก็ปรับทาง Visual ให้” (วรุฒม์ ปันยารชุน, สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2549)

“ปกสวຍบางอันมาจากการคุยกับศิลปินที่เข้าใจกัน แต่บางทีคุยแล้วออกมา  
แยก็มี เนื่องจากศิลปินจะมีความคิดของเขา ส่วนมากที่เบเกอรี่ ปกสวຍที่  
คุณเห็น เนื่องจากให้ศิลปินยุ่งน้อยมาก ศิลปินเชื่อใจคนทำอยู่แล้วด้วย เลย  
ไม่ค่อยดู แต่พอหลัง ๆ ศิลปินมาดูก็จะขออนุญาตนี่ ซึ่งทำให้คนทำไขว้เขว  
แทนที่จะเป็นศิลปะที่สวยงามก็โดนลดทอนลง เนื่องจากศิลปินบางคนไม่  
เข้าใจงานกราฟิกปกซีดี อยากให้เห็นหน้าตาบนปก ถึงไม่หล่อก็ขอหน่อย”  
(ภาณุ พันธุ์สินชัย, สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2549)

ขั้นตอนการทำงานในบริษัทดนตรีขนาดเล็กมีความคล้ายคลึงกับศิลปินอิสระ  
ทั่วไปในแง่ที่มีความยืดหยุ่นสูงและขึ้นอยู่กับความสะดวกเป็นสำคัญ ในส่วนของผลงานเพลง  
บางครั้งก็ไม่สำเร็จตามกำหนด แต่ก็ต้องเร่งผลิตปกอัลบั้มเพื่อให้ทันวางจำหน่าย ทำให้บางครั้ง  
ผู้ออกแบบได้รับข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน จึงต้องตีความและประติดประต่อจากข้อมูลส่วนอื่น ๆ  
ประกอบกัน ไม่ว่าจะผู้ออกแบบจะเลือกศึกษาข้อมูลเบื้องต้นหรือมีที่มาความคิดจากส่วนใดก็ตาม ใน  
ส่วนของผู้ว่าจ้างที่เป็นบริษัทดนตรีขนาดเล็ก การมอบหมายงานให้แก่ผู้ออกแบบในสังกัดก็ถือว่า  
มีข้อได้เปรียบในการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มมากกว่าการว่าจ้างนักออกแบบอิสระจากภายนอกองค์กร  
ในแง่ของโอกาสการเข้าถึงข้อมูลในฐานะคนใน จึงทำให้ผู้ออกแบบมีโอกาที่จะควบคุม  
ความหมายในการสื่อสารตามเป้าประสงค์ของผู้ผลิตได้มากกว่า แม้ว่าในบางครั้งจะมีปัญหาเรื่อง  
ความพร้อมของข้อมูล กำหนดเวลาที่เร่งรัด และงบประมาณที่จำกัด ซึ่งทำให้ไม่สามารถนำข้อมูล  
มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 5.1.1.2 การสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้โดยว่าจ้างนักออกแบบอิสระ

##### การรับงานของนักออกแบบอิสระ

นักออกแบบอิสระโดยทั่วไปจะมีวิธีเข้าถึงบริษัทดนตรี หรือศิลปินผู้ว่าจ้าง  
อยู่ 2 วิธีการหลัก ๆ ได้แก่ การนำตัวอย่างผลงานออกแบบของตนเอง (Portfolio) ไปเสนอ เพื่อ  
ได้รับการพิจารณาว่าจ้างให้รับผิดชอบการทำปกอัลบั้ม หรือผู้ต้องการว่าจ้างอาจติดต่อมาเองจาก  
ผลงานที่ผ่านมาของนักออกแบบ ทั้งนี้ วิธีการแรกมักเกิดขึ้นกับผู้เพิ่งเริ่มเข้าสู่สายงานด้านนี้

ในประเทศไทย นักออกแบบอิสระซึ่งเป็นที่รู้จักในด้านการออกแบบปกอัลบั้ม  
มีไม่มากนัก ส่วนใหญ่เติบโตมาจากบริษัทดนตรีขนาดเล็ก หรือมีผลงานออกแบบปกอัลบั้มให้กับ  
ศิลปินที่มีชื่อเสียง นักออกแบบกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เข้าสู่สายงานปกอัลบั้มจากการเข้าไปสมัครงานใน  
บริษัทดนตรีและสั่งสมประสบการณ์เรื่อยมา หรือไม่ก็มาจากการชักชวนให้ช่วยสร้างสรรค์  
ปกอัลบั้มของศิลปินที่รู้จักคุ้นเคยกัน ทำให้เริ่มมีผลงานด้านนี้ต่อ ๆ มา นักออกแบบอิสระด้าน  
กราฟิกปกอัลบั้มในปัจจุบันส่วนใหญ่จะมีอาชีพหลักรองรับอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการทำงานใน

รูปการรวมกลุ่มหรือตั้งเป็นบริษัทออกแบบส่วนตัว หรือประจำในแผนกด้านศิลป์ของบริษัทต่าง ๆ เมื่อเริ่มเป็นที่รู้จักแล้ว วิธีการได้รับงานส่วนใหญ่จึงมาจากผู้ต้องการว่าจ้างติดต่อมาเอง โดยเกณฑ์สำคัญในการเลือกรับงานของนักออกแบบอิสระจากข้อมูลการสัมภาษณ์ สรุปได้ 4 เกณฑ์ ดังนี้

- 1) เป็นช่วงเวลาที่สะดวกในการรับงานนั้น ๆ
- 2) ร่วมงานกับทีมงานที่คุ้นเคยหรือเชื่อถือได้ เพื่อลดปัญหาเรื่องการสื่อสารในการปฏิบัติงาน และช่วยให้สามารถมอบหมายงานได้อย่างเหมาะสมตามความถนัดและสไตล์เฉพาะตัวของผู้ร่วมงานแต่ละคน
- 3) ผู้ว่าจ้างเข้าใจลักษณะและสไตล์การทำงานของนักออกแบบ และเคารพในความคิด การตัดสินใจ ทำให้ผู้ออกแบบไม่รู้สึกว่าคุณจำกัดอิสระในการสร้างสรรค์
- 4) เป็นการออกแบบปกอัลบั้มให้กับศิลปินหรือสไตล์เพลงที่มีความน่าสนใจ จะช่วยให้การทำงานมีความสุขและท้าทายมากขึ้น

#### การติดต่อว่าจ้างนักออกแบบอิสระ

ผู้ผลิตเพลงอินดี้ซึ่งว่าจ้างนักออกแบบอิสระเพื่อสร้างสรรค์ปกซีดีแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก ผู้ว่าจ้างเป็นบริษัทดนตรีขนาดเล็ก และกลุ่มที่สองคือผู้ว่าจ้างที่เป็นศิลปิน ซึ่งเหตุผลในการเลือกว่าจ้างนักออกแบบอิสระของผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่มข้างต้น มีความแตกต่างกันดังนี้

*กรณีแรก* สาเหตุในการว่าจ้างโดยบริษัทดนตรีขนาดเล็กส่วนใหญ่มาจากบริษัทไม่มีผู้ทำหน้าที่ด้านศิลป์ หรือฝ่ายศิลป์ของบริษัทมีงานเร่งด่วนมากจนต้องว่าจ้างนักออกแบบจากภายนอกองค์กรเพื่อช่วยแบ่งเบาภาระ นอกจากนี้ ยังอาจมาจากความต้องการงานสร้างสรรค์ปกซีดีที่มีความแปลกใหม่ตามสไตล์เฉพาะตัวของผู้ออกแบบที่เลือกว่าจ้างแต่ละคน เพื่อให้เหมาะสมกับผลงานเพลงอัลบั้มนั้น ๆ โดยผู้ติดต่อและมอบหมายรายละเอียดในการทำงานไปยังนักออกแบบอิสระมักจะเป็นครีเอทีฟ หรือ ฝ่ายบริหารของบริษัท

*กรณีที่สอง* ผู้ว่าจ้างเป็นศิลปินอิสระ หรือศิลปินในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็กที่เลือกเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงของตนเอง ศิลปินส่วนใหญ่เลือกจ้างนักออกแบบอิสระเนื่องจากตนไม่มีความสามารถทางด้านศิลปะ หรือมุมมองในเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ส่วนใหญ่แล้วศิลปินมักเลือกว่าจ้างนักออกแบบจากความสนิทสนมคุ้นเคย หรือเป็นการแนะนำมาจากคนรู้จักที่ไว้ใจได้เป็นสำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการว่าจ้างแบบพูดคุยตกลงกัน มิได้ทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร นอกจากนี้ การที่ศิลปินซึ่งผลิตผลงานเพลงด้วยตนเองเลือกที่จะว่าจ้างนักออกแบบเพื่อผลิตปกอัลบั้ม ทั้งที่มีงบประมาณจำกัดกว่าการผลิตโดยบริษัทดนตรีมาก แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพ รวมถึงความสวยงามของปกอัลบั้มในระดับหนึ่ง

### การกำหนดขอบเขตและข้อตกลงเบื้องต้น

เมื่อผู้ว่าจ้างติดต่อมอบหมายให้นักออกแบบอิสระดำเนินการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะมีการสรุปความคิดเกี่ยวกับงาน (Brief) รวมทั้งกำหนดข้อตกลงเบื้องต้นในเรื่องระยะเวลา งบประมาณ และหน้าที่รับผิดชอบให้นักออกแบบอิสระ

การว่าจ้างนักออกแบบอิสระ โดยผู้ว่าจ้างอาจเป็นบริษัทดนตรีหรือศิลปินอิสระก็ตาม ส่วนใหญ่มักตกลงว่าจ้างหลังจากผลิตผลงานเพลงสำเร็จหรือจนจะสำเร็จแล้ว และต้องการความเร่งด่วนในการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มเพื่อให้ทันวางจำหน่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงเทศกาลเฟสติวัลที่ได้กล่าวไปแล้ว การมอบหมายงานให้นักออกแบบอิสระมีตั้งแต่เร่งด่วนมาก 1-2 วันไปจนถึงเป็นเดือน ด้วยเหตุที่ระยะเวลาการส่งงานมีความเร่งรีบเช่นนี้ จึงทำให้นักออกแบบอิสระส่วนใหญ่มองว่า เป็นอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งต่อการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มให้มีคุณภาพ อย่างไรก็ตาม นักออกแบบอิสระที่ได้รับมอบหมายจากผู้ว่าจ้างให้รับผิดชอบทั้งกระบวนการ จะสามารถควบคุมและจัดสรรเวลาในการทำงานได้มากกว่านักออกแบบที่สังกัดบริษัทดนตรีซึ่งมีผู้ร่วมสร้างสรรค์หลายคน และต้องรอการมอบหมายจากผู้ทำงานระดับบนลงมา

ในส่วนของงบประมาณการผลิตปกอัลบั้มแต่ละปกโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 10-20 บาทเช่นเดียวกับการผลิตโดยบริษัทดนตรีขนาดเล็ก เนื่องจากจำนวนการผลิตต่ำ ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างนักออกแบบอิสระจะอยู่ที่ประมาณ 10,000 – 50,000 บาท ขึ้นอยู่กับหน้าที่รับผิดชอบที่ผู้ออกแบบได้รับมอบหมาย ซึ่งโดยทั่วไปจะมีการตกลงค่าจ้างในการออกแบบปกอัลบั้ม 2 กรณีด้วยกัน ดังนี้

*กรณีแรก* นักออกแบบจะได้รับเพียงค่าจ้างออกแบบ ขณะที่ค่าใช้จ่ายเรื่องการผลิต ทางผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ดำเนินการเอง

*กรณีที่สอง* นักออกแบบจะต้องรับผิดชอบทั้งกระบวนการตั้งแต่การออกแบบปกอัลบั้มไปจนถึงการผลิต ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงกว่า

ส่วนใหญ่ผู้ว่าจ้างที่เป็นศิลปินอิสระมักจะมอบหมายให้ผู้ออกแบบรับผิดชอบทั้งกระบวนการอย่างเต็มที่ด้วยความไว้วางใจ เพราะไม่มีความรู้ในด้านดังกล่าว และจะได้ทุ่มเทกับการผลิตผลงานเพลงของตนเพียงอย่างเดียว

"เคยออกแบบให้วงอินดี้ ทำงานง่ายขึ้น ตอนเขาโทรมา เขาก็เชื่อเราแล้ว เขาก็ไม่ค่อยได้ช่วยคิด แค่ทำเพลงอย่างเดียวก็หมดแรงแล้ว เสรีก็ขายเลย แต่เขาก็ให้ความสำคัญกับปกซีดีมาก เพราะไม่มีเงินมากกว่านี้แล้ว ไม่มีช่องทางโปรโมท เต็มที่ก็ไปตั้งแผงขายในงานแฟต ทำอย่างไรก็ได้ให้มีคนหยุดดู ก็ขายได้จนรอด ถ้าเงินไม่พอ บางทีเราก็กอออกให้ด้วย" (พิชิต วิริงคนุต, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2549)

### ที่มาของความคิดในการออกแบบ

ที่มาของความคิดหรือข้อมูลที่ผู้ออกแบบนำมาใช้กำหนดแนวทางการผลิตปกซีดีเพลงก็เช่นเดียวกับนักออกแบบในสังกัดบริษัทดนตรี นั่นคือ นอกจากการรับรายละเอียดงานจากผู้ว่าจ้างแล้ว ผู้ออกแบบอาจศึกษาข้อมูลเบื้องต้นที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ แนวคิดในการผลิตอัลบั้ม (Album concept) และกลุ่มเป้าหมาย, การพูดคุยเพื่อศึกษาเรื่องราวความเป็นมาของศิลปิน, และการรับฟังบทเพลงในอัลบั้ม เป็นต้น

ทั้งนี้ กรณีที่ผู้ว่าจ้างเป็นบริษัทดนตรีขนาดเล็ก บางครั้งนักออกแบบอิสระอาจไม่ได้เป็นผู้วางแนวความคิดด้วยตนเอง แต่ต้องรับทราบทิศทางการทำงาน (Brief) มาจากครีเอทีฟหรืออาร์ตไดเรกเตอร์ของบริษัทอีกต่อหนึ่ง กรณีนี้นักออกแบบอิสระจะมีหน้าที่เพียงออกแบบตกแต่งกราฟิกคอมพิวเตอร์และเสนอมุมมองที่ปรากฏ (Visual) ในผลงานไปตามทิศทางของผู้ว่าจ้าง นอกจากนี้ แม้ว่าการว่าจ้างที่นักออกแบบอิสระได้รับมอบหมายความรับผิดชอบให้กำหนดแนวคิดในการผลิตปกอัลบั้มด้วยตนเอง แต่ด้วยระยะเวลาการทำงานที่จำกัดกว่านักออกแบบประจำสังกัดบริษัทดนตรี รวมทั้งโอกาสการเข้าถึงข้อมูลที่น้อยกว่า ทำให้ในหลายครั้งนักออกแบบอิสระต้องอาศัยการตีความข้อมูลเท่าที่ได้รับ ซึ่งอาจมีเพียงแนวคิดในการผลิตอัลบั้ม (Album concept) ชื่อเพลง หรืออาจมีตัวอย่างบทเพลงให้รับฟังด้วยในบางครั้ง

"เคยรับงานค่ายเล็กค่ายหนึ่ง ไปคุยกันแล้วไม่รู้เรื่องก็ไม่เอา มีเพลงฟัง มีวงอย่างนี้ แต่ไม่เคยคุยกับวงก็ไม่วินิจฉัยเป็นไง มาถึงก็ตกลงราคา สู้ไหวไหม รู้สึกว่ามันแย่" (ปิย ชันรวิทย์, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2549)

กรณีที่เป็นกรว่าจ้างโดยศิลปินอิสระ ผู้ออกแบบจะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยตรง ทั้งรายละเอียดเกี่ยวกับอัลบั้ม และพูดคุยกับศิลปิน รวมทั้งอิสระในการทำงานเต็มทีมากกว่ากรว่าจ้างโดยบริษัทดนตรี แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดเรื่องเงินลงทุน และความพร้อมของบทเพลงที่จะวางจำหน่ายในระยะเวลาที่เร่งรัด ทำให้ผู้ออกแบบมักตีความจากข้อมูลที่ได้รับในการพูดคุยกับศิลปินเป็นสำคัญ และไม่ค่อยมีโอกาสได้รับฟังบทเพลงในอัลบั้มก่อนล่วงหน้า

“การไม่ได้ฟังเพลงจะไม่รู้ว่างานเขาเป็นไง แต่ส่วนใหญ่ที่ทำก็ไม่ค่อยได้ฟังเพลงนะ เราก็ต้องคิด concept จากการพูดกับเขานี้แหละว่ามีที่เพลง แต่เพลงเป็นไงบ้าง อยากรู้อะไร พอพูดมากก็จะเก็บไว้ เหมือนเป็นจิ๊กซอ”  
(รักกิจ ครอบหาเวช, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2549)

### 5.1.1.3 การสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้โดยการว่าจ้างบริษัท จัดจำหน่าย

แต่เดิมบริษัทจัดจำหน่ายที่เป็นที่รู้จักทั่วไปมีเพียงบริษัทเอ็มจีเอและออนป้า ซึ่งส่วนใหญ่ผูกขาดการจัดจำหน่ายให้กับบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ทั้งไทยและต่างชาติ รวมไปถึงบริษัทผลิตเพลงลูกทุ่งและลูกกรุงทั่วไป

ปัจจุบันบริษัทจัดจำหน่ายได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นช่องทางกระจายและเผยแพร่ผลงานเพลงของศิลปินอินดี้มากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อรองรับปริมาณการผลิตของผู้ผลิตอิสระทั้งที่เป็นบริษัทดนตรี และศิลปินอิสระซึ่งกำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากในช่วง 5-6 ปีมานี้มีบริษัทจัดจำหน่ายหน้าใหม่ซึ่งเปิดรับผลงานของศิลปินอย่างไม่จำกัดค่ายเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ บริษัทเฮีย (Here), บริษัทแพลตินัม (Platinum), บริษัทฟรีไอ (Free I), และร้านน้องท่าพระจันทร์ เป็นต้น

บริษัทจัดจำหน่ายบางแห่งอาจช่วยดำเนินการออกแบบและผลิตปกอัลบั้ม รวมไปถึงจัดจำหน่ายและส่งเสริมการขายให้ด้วย ขึ้นอยู่กับข้อตกลงเบื้องต้นในการว่าจ้าง ทั้งนี้บริษัทจัดจำหน่ายอาจมีนักออกแบบประจำในสังกัดหรือว่าจ้างนักออกแบบอิสระดำเนินการ

#### การติดต่อว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่าย

ผู้ผลิตเพลงอินดี้ซึ่งว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่ายเพื่อสร้างสรรค์ปกซีดีแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก ผู้ว่าจ้างเป็นบริษัทดนตรีขนาดเล็ก และกลุ่มที่สองคือผู้ว่าจ้างที่เป็นศิลปินเจ้าของอัลบั้ม ซึ่งเหตุผลในการเลือกว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่ายของผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่มข้างต้น มีดังนี้

*กรณีแรก* สาเหตุในการว่าจ้างโดยบริษัทดนตรีขนาดเล็กส่วนใหญ่มาจากบริษัทไม่มีผู้ทำหน้าที่ด้านศิลป์ โดยอาจมีสัญญาฉบับบริษัทจัดจำหน่ายให้ดำเนินการเรื่องหีบห่อบรรจุภัณฑ์ซีดีรวมไปถึงการเผยแพร่และจำหน่ายให้ด้วย

*กรณีที่สอง* ผู้ว่าจ้างเป็นศิลปินอิสระ การมอบหมายให้บริษัทจัดจำหน่ายดำเนินการผลิตปกอัลบั้มรวมทั้งจัดจำหน่ายผลงานเพลงให้มี 2 ลักษณะด้วยกัน



1) ศิลปินเป็นผู้กำหนดแนวความคิดและออกแบบปกซีดีเพลงของตน โดยส่วนใหญ่ศิลปินกลุ่มนี้จะมีความสามารถทางด้านศิลปะหรือมุมมองในเชิงสร้างสรรค์อยู่แล้ว อาจจัดทำเป็นภาพร่าง (Sketch) หรือผลิตเป็นผลงานต้นแบบสำเร็จ (Artwork) และส่งให้บริษัทจัดจำหน่ายดำเนินการต่อ เหตุผลในการว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่ายของผู้ผลิตกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มาจากความต้องการช่องทางในการช่วยเผยแพร่และกระจายสินค้า

2) ศิลปินผู้ว่าจ้างมอบหมายให้บริษัทจัดจำหน่ายดำเนินงานทั้งกระบวนการ ตั้งแต่การสร้างสรรค์ปกซีดีเพลง การบรรจุหีบห่อ ไปจนถึงการเผยแพร่และจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่สาเหตุในการว่าจ้างมาจากศิลปินไม่มีความสามารถทางด้านศิลปะหรือมุมมองในเชิงสร้างสรรค์ และต้องการช่องทางในการช่วยเผยแพร่และกระจายสินค้า

#### การกำหนดขอบเขตและข้อตกลงเบื้องต้น

เมื่อผู้ว่าจ้างติดต่อมายังบริษัทจัดจำหน่าย จะมีการสรุปความคิดเกี่ยวกับงาน (Brief) รวมทั้งกำหนดข้อตกลงเบื้องต้นในเรื่องระยะเวลา ค่าใช้จ่าย และหน้าที่รับผิดชอบที่บริษัทจัดจำหน่ายจะต้องดำเนินการว่าครอบคลุมถึงเรื่องใดบ้าง

การติดต่อมอบหมายให้บริษัทจัดจำหน่ายดำเนินการมักเป็นขั้นตอนที่ผู้ว่าจ้างได้ผลิตผลงานเพลงเรียบร้อยแล้ว และส่งมาสเตอร์เทปมายังบริษัทจัดจำหน่ายเพื่อให้ดูแลเรื่องหีบห่อบรรจุภัณฑ์และจัดจำหน่ายให้ต่อไป ทั้งนี้ บริษัทจัดจำหน่ายจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในส่วนของการส่งเสริมการขายและการกระจายสินค้า รวมถึงการปั๊มแผ่นซีดีเพลง และการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มให้แก่ผู้ว่าจ้าง ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับข้อตกลงเบื้องต้นระหว่างทั้งสองฝ่าย ขณะที่ผู้ว่าจ้างจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการผลิตผลงานเพลงซึ่งรวมถึงค่าห้องอัดเสียงและค่าผลิตมาสเตอร์เทปเอง โดยจะมีการทำสัญญาข้อตกลงส่วนแบ่งและผลประโยชน์ที่ผู้ว่าจ้างจะได้รับจากบริษัทจัดจำหน่ายภายหลังการขาย กรณีที่ผู้ว่าจ้างมอบหมายให้บริษัทจัดจำหน่ายดำเนินการออกแบบและผลิตปกซีดีเพลงให้ บริษัทจะหักค่าใช้จ่ายส่วนนี้จากผลตอบแทนที่จะได้รับ

“อย่างที่ Here ถ้าศิลปินอินดีมาให้ทำปก ส่วนใหญ่จะให้หักค่าใช้จ่ายออกไป แต่บางศิลปินก็มีปกของเขาма อันไหนเราเห็นไม่สวยก็อาจมีเสนอขอทำให้ใหม่ (ภาณุ พันธุ์สินชัย, สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2549)”

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ว่าจ้างทั้งในนามบริษัทดนตรีขนาดเล็กและศิลปินอิสระ (มีผลงานในช่วงปี พ.ศ.2545-2547) ต่างก็ประสบปัญหาเดียวกันในการว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่าย นั่นคือ ไม่สามารถตรวจสอบจำนวนการผลิตและยอดขายที่แท้จริงได้ ศิลปินบางท่านได้รับผลตอบแทนเพียงงวดแรกหลังจากการว่าจ้าง และไม่สามารถติดตามผลต่อได้อีก

"เราจะลงทุนในส่วนมาสเตอร์ ให้เขาลงทุนโปรโมชันและจัดจำหน่าย ผมรู้จักกับผู้จัดการและคนที่ดูแลฟรีไอต่อนั้น เพราะเคยทำชุด Collector Edition EP แล้วมันขายดี เขารู้สึกว่ามันไปได้ ก็เลยเชื่อมั่นในตัวเราพอสมควร เราก็ปล่อยเขาขาย แล้วก็เช็คยอดด้วยการโทรไปตาม แต่หลังจากเขาเปลี่ยนผู้บริหาร ก็ไม่เคยได้รับอะไรอีกเลย ได้เงินมานิดหนึ่ง ลือตแรกตามตัวเลขที่เขาบอก เขาผลิตจริงเท่าไรขายไปเท่าไรก็เช็คไม่ได้" (ชูปล ศรีเวียง, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2549)

"เขาติดต่อเรื่องการตลาดเรื่องวางแผง เอาแผนให้เรา แต่เช็คยอดขายไม่ได้ ถ้าเราได้จากเขาตัดยอดแค่ไหนแค่นั้น จบแล้วผ่านไป ไม่กลับมาข้อนหลังให้เราเลย" (ชญานี เลิศเทวศิริ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2549)

"เขาจัดการหมด เราจ่ายแค่ทำมาสเตอร์ เขาบอกจะโปรโมทให้ จน 3 เดือนผ่านไปก็ยังไม่เห็น ยอดขายก็เช็คไม่ได้ เขาแจ้งอย่างเดียว สัญญาบอกว่า 3 เดือนจะให้ แล้วหลังจากนั้นจะได้เดือนต่อเดือน ก็ได้ก้อนแรก แล้วเจียบเลย" (ยุทธนา มุ่งปั้นกลาง, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2549)

ปัญหาที่พบข้างต้นอาจเนื่องมาจากข้อตกลงที่ไม่ได้สื่อสารกันอย่างชัดเจนในตอนแรก และเนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวบริษัทจัดจำหน่ายหลายแห่งเพิ่งเริ่มเปิดตัวได้ไม่นานจึงอาจจะยังไม่มีกระบวนการจัดการที่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

อย่างไรก็ตาม การว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่ายก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้ผลิตเพลงอินดี้ซึ่งมีเงินลงทุนต่ำจะสามารถเผยแพร่ผลงานเพลงได้กว้างขวางขึ้น เพราะผู้ว่าจ้างเสียค่าใช้จ่ายเพียงแค่การผลิตมาสเตอร์เทปของตัวเองเท่านั้น ส่วนที่เหลือบริษัทจัดจำหน่ายจะเป็นผู้ดำเนินการให้ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ด้วย อีกทั้งยังไม่จำเป็นต้องสร้างสรรค์ปกติดีเพลงด้วยตนเอง ในกรณีที่ผู้ผลิตไม่มีความสามารถทางด้านศิลปะหรือไม่มีงบประมาณมากพอที่จะว่าจ้างนักออกแบบอิสระ

### ที่มาของความคิดในการออกแบบ

ส่วนใหญ่แล้วปกอัลบั้มที่ออกแบบโดยบริษัทจัดจำหน่าย ผู้ออกแบบมักไม่ได้เข้าถึงศิลปินผู้ว่าจ้างโดยตรง แต่เป็นการมอบหมายงาน (Brief) ผ่านมาทางตัวแทนของบริษัท อีกต่อหนึ่ง ผู้ออกแบบจึงต้องอาศัยการตีความจากข้อมูลที่ได้รับเป็นสำคัญ ข้อมูลในส่วนนี้ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับอัลบั้ม (Album concept) แนวดนตรี และความต้องการเบื้องต้นของศิลปิน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่ายให้เป็นผู้ดำเนินการมักอยู่ในขั้นตอนที่ผลงานเพลงสำเร็จเรียบร้อยแล้วเพื่อรอการบรรจุหีบห่อและจัดจำหน่ายแล้ว ฉะนั้น ผู้ออกแบบในบริษัทจัดจำหน่ายจึงมีโอกาสได้รับฟังบทเพลงในอัลบั้มก่อนล่วงหน้า ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงเนื้อหาของอารมณ์เพลง และวัฒนธรรมต้นกำเนิดของแนวดนตรีนั้น ๆ ที่อาจนำมาใช้เป็นที่มาของความคิดในการสร้างสรรค์ปกอัลบั้ม ทั้งนี้ ก็ขึ้นอยู่กับสไตล์และวิธีการทำงานของผู้ออกแบบแต่ละคนด้วยว่าจะเลือกกำหนดความคิดจากแหล่งใดบ้าง

#### **5.1.1.4 การสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้โดยศิลปินไต้หวันเพื่อนหรือคนรู้จักให้ช่วยออกแบบ**

ศิลปินที่ผลิตผลงานเพลงและเผยแพร่ในนามบริษัทดนตรีขนาดเล็กอาจจะเลือกให้บริษัทดนตรีเป็นผู้ดำเนินการจัดทำปกอัลบั้มให้ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว หรือเลือกที่จะรับผิดชอบในการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มของตนเองเช่นเดียวกับศิลปินอิสระก็ได้ หากศิลปินคนใดมีเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีพื้นฐานความสามารถทางด้านศิลปะ ก็มักจะใช้วิธีการไต้หวันให้บุคคลเหล่านั้นช่วยออกแบบปกซีดีเพลงให้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งศิลปินอิสระที่มีงบประมาณในการผลิตที่ค่อนข้างจำกัด จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า อัลบั้มที่สร้างสรรค์โดยเพื่อนหรือคนรู้จักของศิลปิน ผู้ออกแบบต่างก็ศึกษาหรือประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและการออกแบบทั้งสิ้น ดังเช่น ปกอัลบั้ม เดอะดาวทาวน์ซิมโฟนี (The downtown symphony) ของศิลปิน อะไรจี๊ ที่ออกแบบโดย กรกฤช เจียรพินิจนันท์ มีอาชีพเป็นช่างภาพทางด้านแฟชั่นและศิลปะ, ปกอัลบั้ม อะแคปเปลล่า เซเวน (A Cappella seven) ของศิลปิน อะแคปเปลล่า เซเวน ออกแบบโดย อริน เปรมโสตร์ อาชีพออกแบบจัดหน้าสิ่งพิมพ์, และปกอัลบั้ม สุขใจ ของศิลปิน จีน มหาสมุทร บุญรักษ์ ออกแบบโดย เวโรจน์ ยงวัฒนานันท์ (ติน) ซึ่งขณะนั้นกำลังศึกษาด้านกราฟิกในระดับมหาวิทยาลัยที่ประเทศอังกฤษ เป็นต้น

### การมอบหมายงาน

เนื่องจากศิลปินและบุคคลที่ให้อำนาจให้ช่วยออกแบบปกซีดีเพลงให้มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันเป็นส่วนตัวอยู่แล้ว จึงเข้าใจถึงความชอบและสไตล์ของแต่ละฝ่ายเป็นอย่างดีโดยไม่จำเป็นต้องสื่อสารกันมาก และยังเป็นการทำงานด้วยความไว้วางใจ เมื่อศิลปินได้มอบหมายงานให้แล้วก็จะให้อิสระอย่างเต็มที่ ขั้นตอนการทำงานจึงค่อนข้างมีความยืดหยุ่นสูง ซึ่งสำหรับผู้ออกแบบกลุ่มนี้ถือได้ว่าเป็นข้อได้เปรียบในการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มมากกว่าผู้ออกแบบที่มาจากการว่าจ้างโดยศิลปินที่ไม่คุ้นเคยกัน ทั้งนี้ การที่ศิลปินได้มอบหมายงานให้เพื่อนหรือคนรู้จักช่วยออกแบบปกซีดีเพลงให้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณี ดังนี้

*กรณีแรก* ศิลปินเป็นผู้กำหนดแนวความคิดในการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มของตนเอง โดยอาจจัดทำเป็นภาพร่าง (Sketch) หรือถ่ายทอดความต้องการนั้นให้แก่เพื่อนหรือคนรู้จักที่ให้อำนาจให้ช่วยออกแบบจัดวางและตกแต่งให้สวยงามขึ้น

*กรณีที่สอง* ศิลปินมอบหมายให้เพื่อนหรือคนรู้จักดำเนินการอย่างเต็มที่ ทั้งกำหนดความคิด และออกแบบตกแต่งให้สวยงาม โดยอาจให้ฟังบทเพลงในอัลบั้ม หรือเล่าถึงข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดในการผลิตอัลบั้ม (Album concept) อย่างคร่าว ๆ

### ที่มาของความคิดในการออกแบบ

โดยส่วนใหญ่ที่มาของความคิดในการออกแบบปกซีดีเพลงโดยผู้ออกแบบที่ศิลปินให้อำนาจให้ช่วย นอกจากข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอัลบั้มที่ศิลปินได้มอบหมายให้แล้ว ก็มักมาจากมุมมองของผู้ออกแบบเอง ที่มีต่อตัวศิลปินในฐานะเพื่อนซึ่งรู้จักคุ้นเคยกัน โดยนำเสนอรูปแบบออกมาในสไตล์ที่ตนถนัด ตัวอย่างเช่นปกอัลบั้ม เดอะดาวทาวนชิมนิโม่ ของศิลปิน อะไรจะกรกฤษ เจียรพินิจนันท์ ผู้ออกแบบซึ่งมีความเกี่ยวข้องเป็นเพื่อนกับ ตูล ไวซูลเกียรติ ศิลปินและนักแต่งเพลงของวง เนื่องจากผู้ออกแบบมีอาชีพเป็นช่างภาพ ทำให้มีผลต่อรูปแบบของปกอัลบั้มที่เน้นการถ่ายภาพถ่าย โดยคุณกรกฤษ ได้วางแนวความคิดในการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงไปตามแนวคิดของอัลบั้ม ที่ต้องการสื่อสารถึงความเป็นเพลงของสังคมเมือง และมีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ด้วยการใช้ทัศนียภาพของตัวเมืองย่านหม่งจ้าย ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นย่านที่อยู่อาศัยของ คุณตูล ไวซูลเกียรติ โดยเลือกถ่ายภาพในมุมมองที่ศิลปินคุ้นเคยเพื่อเป็นภาพประกอบในการบอกเล่าเรื่องราวบนปกซีดี เป็นต้น

### 5.1.1.5 การสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงอินดี้โดยศิลปินออกแบบเอง

ศิลปินอินดี้ที่มีผลงานเพลงในนามบริษัทดนตรีขนาดเล็กหรือศิลปินอิสระที่มีความสามารถทางด้านศิลปะหรือมีมุมมองในเชิงสร้างสรรค์ อาจเลือกที่จะเป็นผู้ออกแบบปกซีดีเพลงของตนเอง ซึ่งนอกจากจะช่วยลดต้นทุนในการผลิตอัลบั้มลงแล้วยังสามารถสื่อสารถึงความต้องการของตนได้อย่างเต็มที่อีกด้วย นอกจากนี้ เนื่องจากการสร้างสรรค์ที่ขึ้นอยู่กับตนเองเป็นสำคัญจึงทำให้ขั้นตอนการทำงานมีความยืดหยุ่นสูง ทั้งในด้านงบประมาณและกำหนดเวลา จึงเห็นได้ว่าคุณภาพของผลงานปกอัลบั้มที่ศิลปินเป็นผู้ผลิตเองจะค่อนข้างมีความหลากหลายมาก ตั้งแต่ประเภทที่มีต้นทุนต่ำ สื่อสารเรียบง่าย ตรงไปตรงมา ไปจนถึงประเภทที่มีรูปแบบสวยงาม ผลิตด้วยวัสดุอย่างดี หรือมีการสื่อสารที่ซับซ้อนแฝงแง่มุมความคิดที่มีความหมาย

#### ที่มาของความคิดในการออกแบบ

ศิลปินที่ออกแบบปกซีดีเพลงของตนเองส่วนใหญ่มีที่มาของความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานมาจากบุคลิกนิสัยของวง จากเนื้อหาเรื่องราวที่บทเพลงนำเสนอ หรือจากแนวคิดในการผลิตอัลบั้ม (Album concept) เป็นสำคัญ โดยอาจสอดแทรกมุมมองความคิดเห็นที่มีต่อสังคมเพิ่มเติมเข้ามาด้วย ทั้งนี้ รูปแบบที่ปรากฏจะเป็นอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และสไตล์ของศิลปินผู้ออกแบบแต่ละคน

ในส่วนของกระบวนการทางความคิดและการติดต่อสื่อสารก่อนการออกแบบปกซีดีเพลงอินดี้โดยผู้ออกแบบทั้ง 5 กลุ่มข้างต้น ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบให้เห็นถึงข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบระหว่างกระบวนการทำงานของผู้ออกแบบแต่ละกลุ่ม เป็นตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบระหว่างกระบวนการทำงานของผู้ออกแบบแต่ละกลุ่ม

การมอบหมายงานให้แก่ผู้ออกแบบ	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. มอบหมายให้นักออกแบบในสังกัด (บริษัทดนตรีขนาดเล็ก)	1. มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลจากผู้บริหารของบริษัทและศิลปินโดยตรง รวมทั้งโอกาสในการรับฟังบทเพลงล่วงหน้า 2. มักได้รับอิสระจากผู้บริหารในการสร้างสรรค์มากกว่าการว่าจ้างนักออกแบบจากภายนอก	1. ผู้มีส่วนร่วมมากกว่า โดยเฉพาะบริษัทที่มีฝ่ายการตลาด 2. ความยืดหยุ่นในการทำงานสูงกว่าบริษัทขนาดใหญ่ ทำให้กำหนดเวลามอบหมายงานและความพร้อมของข้อมูลไม่แน่นอน

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) ตารางแสดงข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบระหว่างกระบวนการทำงานของผู้ออกแบบแต่ละกลุ่ม

การมอบหมายงานแก่ผู้ออกแบบ	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
2. ว่าจ้างนักออกแบบอิสระ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ว่าจ้างได้ผลงานที่สร้างสรรค์แปลกใหม่ตามสไตล์เฉพาะตัวของผู้ออกแบบคนนั้น ๆ</li> <li>2. กรณีที่ผู้ว่าจ้างเป็นศิลปินไม่ใช่บริษัท นักออกแบบมักได้รับอิสระในการสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ และมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลโดยตรง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. กรณีที่ผู้ว่าจ้างเป็นบริษัทดนตรี ผู้ออกแบบจะมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลและได้รับอิสระน้อยกว่านักออกแบบในสังกัด</li> <li>2. ในหลายครั้งที่การว่าจ้างนักออกแบบอิสระ มาจากความต้องการงานที่เร่งด่วน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบ</li> </ol>
3. ว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ว่าจ้างลงทุนแค่มาสเตอร์เทป แต่ไม่ต้องลงทุนในส่วนของปกอัลบั้มเอง บริษัทจัดจำหน่ายจะหักค่าใช้จ่ายจากยอดขายที่แบ่งส่วนให้ผู้ผลิตในภายหลัง</li> <li>2. ส่วนใหญ่การว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่ายจะทำเมื่อผลงานเพลงสมบูรณ์แล้ว ผู้ออกแบบจึงมีโอกาสได้รับฟังบทเพลงในอัลบั้มล่วงหน้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ออกแบบจากบริษัทจัดจำหน่ายมักไม่มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลจากศิลปินโดยตรง เนื่องจากเป็นการติดต่อผ่านตัวแทนบริษัท</li> </ol>
4. ศิลปินให้ว่วานคนรู้จัก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถลดต้นทุนการผลิตอัลบั้มได้</li> <li>2. ผู้ออกแบบและศิลปินรู้จักและเข้าใจการทำงานกันเป็นอย่างดี จึงไม่ค่อยมีปัญหาในการสื่อสาร</li> <li>3. ผู้ออกแบบได้รับอิสระในการสร้างสรรค์อย่างเต็มที่</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. กรณีที่ศิลปินผู้ผลิตมีงบประมาณจำกัด หรือผู้ออกแบบไม่ได้ใส่ใจในการสร้างสรรค์มากนัก อาจทำให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพน้อย</li> <li>2. ความยืดหยุ่นในการทำงานสูงกว่าบริษัทขนาดใหญ่ ทำให้กำหนดเวลามอบหมายงานและความพร้อมของข้อมูลไม่แน่นอน</li> </ol>
5. ศิลปินออกแบบเอง	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลดต้นทุนการผลิตอัลบั้ม</li> <li>2. ศิลปินสามารถสื่อสารถึงตัวตน ผลงาน และความต้องการของตัวเองได้อย่างเต็มที่</li> </ol>	

### 5.1.2 กระบวนการออกแบบและผลิตต้นแบบปกซีดีเพลงอินดี้

เมื่อผู้ออกแบบได้ประมวลความคิดจากแหล่งที่มาทั้งหลายเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็จะเข้าสู่ขั้นตอนของการออกแบบเพื่อสร้างสรรค์ผลงานปกซีดีเพลงที่เป็นรูปธรรม ซึ่งไม่ว่าผู้ออกแบบกลุ่มใดก็ต้องผ่านกระบวนการเหล่านี้ โดยอาจแตกต่างกันในรายละเอียดขึ้นอยู่กับแนวคิดและวิธีการทำงานของผู้รับหน้าที่สร้างสรรค์ทั้ง 5 กลุ่มข้างต้นแต่ละคน ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งกระบวนการออกแบบและผลิตปกซีดีเพลงอินดี้ออกเป็น 4 ขั้นตอนด้วยกัน ดังนี้

#### 5.1.2.1 การกำหนดความคิดและออกแบบปกซีดี

ขั้นตอนนี้ถือได้ว่าเป็นการเผชิญหน้ากันระหว่างที่มาความคิดจากหลายแหล่ง และตัวตน (Identity) ของผู้ออกแบบ ที่จะต้องร้อยเรียงเข้าด้วยกันโดยไม่ให้กระทบต่อการทำงานกลุ่มในกรณีที่มีผู้อื่นร่วมสร้างสรรค์ด้วย ประสบการณ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ออกแบบจะสามารถจัดสรรความคิดที่ลงตัวระหว่างการนำเสนอภาพปรากฏ (Visual) บนปกอัลบั้มที่สะท้อนถึงศิลปินและบทเพลง รวมทั้งความต้องการของผู้ว่าจ้างหรือตัวศิลปินผู้ออกแบบเอง โดยยังคงรักษาสไตล์ของตัวเองไว้ได้ ภายในระยะเวลาและงบประมาณที่กำหนด ซึ่งสัดส่วนในการนำเสนออาจแตกต่างกันตามวิธีคิดและการทำงานของผู้ออกแบบแต่ละคน

“บางคนอาจมีสไตล์ที่ยึดติด ไม่ว่าจะทำกับนักร้องคนใด ก็จะเอาสไตล์ตัวเองไปใส่ อีกประเภทคือ ไม่ว่าจะงานหรือตัววงเป็นอย่างไร ก็จะออกแบบมาอย่างนั้น” (วรวิมล ดวงวิมลกุล, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2549)

“ความลงตัวระหว่างตัวตนของคนออกแบบกับศิลปินอยู่ที่วิธีการสื่อสารระหว่างศิลปินและนักออกแบบเอง” (ภาณุ พันธุ์สินชัย, สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2549)

เพื่อให้ได้งานออกแบบที่สมบูรณ์ และลดข้อผิดพลาดให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด ผู้ออกแบบต้องวางแผนการทำงานอย่างรัดกุม โดยกำหนดรูปแบบงานให้สอดคล้องกับงบประมาณ ระยะเวลา และแหล่งความคิดในการออกแบบ ภายใต้หน้าที่รับผิดชอบของตนอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ รูปแบบของปกซีดีเพลงที่ผู้ออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงในขั้นตอนนี้ ได้แก่ การเลือกใช้ภาพถ่ายหรือกราฟิกในการนำเสนอ การเลือกวัสดุและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตมาจากกระดาษหรือพลาสติก ตลอดจนการเคลือบผิววัสดุ การเสริมลูกเล่นอื่น ๆ และระบบการพิมพ์ เป็นต้น ในส่วนของเนื้อหาและข้อมูลที่จะลงในปกซีดีเพลงไม่ว่าจะเป็น ชื่ออัลบั้ม ชื่อเพลง เนื้อเพลง ตลอดจนการขอบคุณผู้มีส่วนในผลสำเร็จของงาน (Credit) ผู้ออกแบบต้องเตรียมพร้อมให้เรียบร้อย เพื่อเวลาจัดวางและตกแต่งงานต้นแบบ (Artwork) ในขั้นต่อไปจะได้ไม่มีข้อผิดพลาด

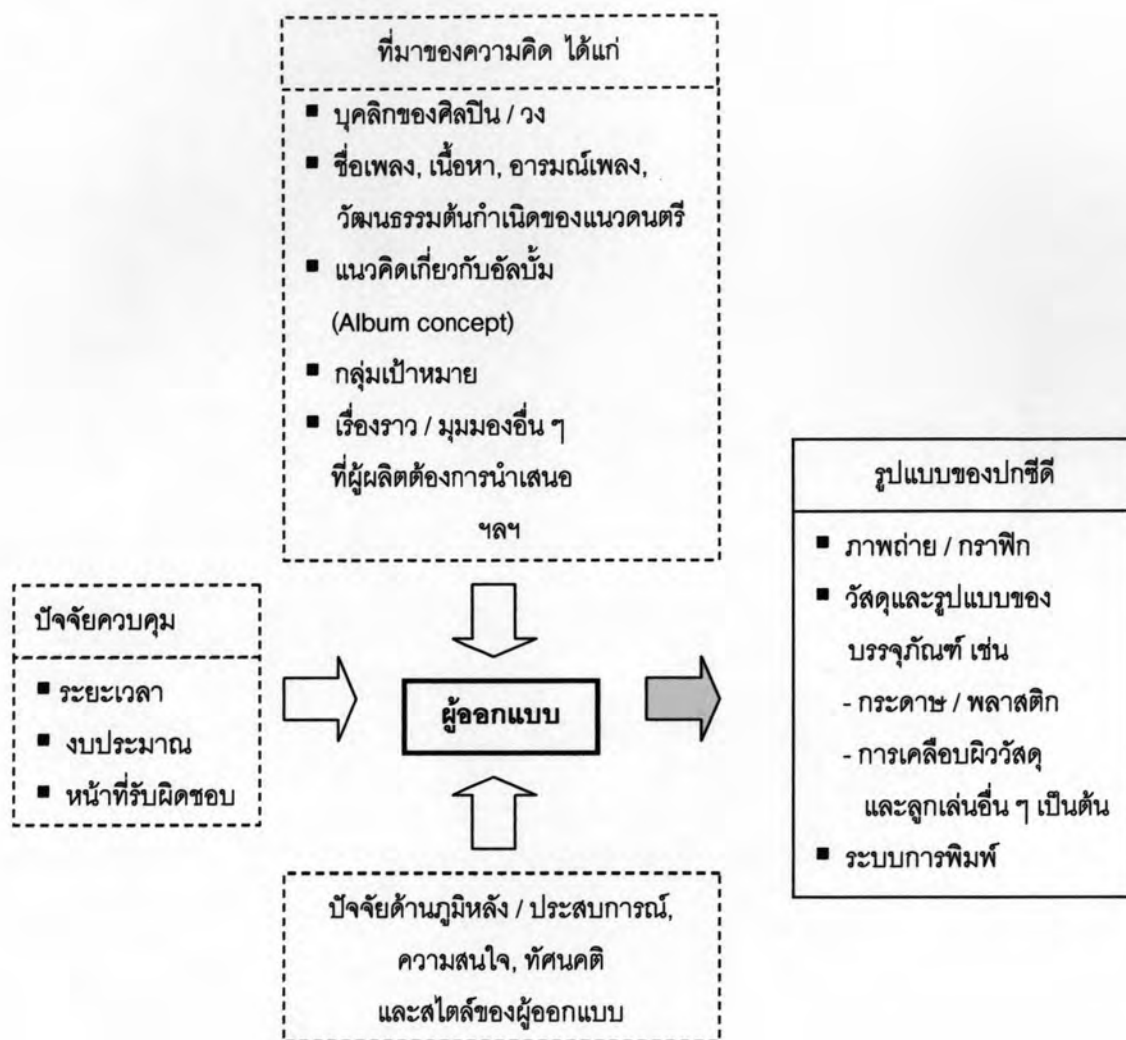
การใช้ภาพถ่ายในงานปกอัลบั้มจะมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ผู้ออกแบบอาจพิจารณาจากงบประมาณหรือความต้องการของผู้ว่าจ้างโดยเลือกนำเสนอด้วยภาพกราฟิกแทน ซึ่งนอกจากมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า ยังเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยแก้ปัญหาเรื่องบุคลิกภาพหน้าตาของศิลปินได้ อีกทั้งยังสามารถสร้างความหลากหลายในการนำเสนอได้มากกว่าการขึ้นปกด้วยภาพศิลปิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปกอัลบั้มของผู้ผลิตเพลงอินดี้ซึ่งไม่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดทางการตลาด จึงเป็นการเปิดโอกาสให้สามารถสร้างสรรค์ความหลากหลายให้แก่ปกซีดีเพลงได้อย่างเสรีกว่าผลงานที่ผลิตโดยบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ที่มีหน้าที่เป็นสิ่งพิมพ์เพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์ของศิลปิน เช่นเดียวกับที่ปรากฏในสื่ออื่น ๆ ให้ผู้รับสารเกิดการจดจำได้บนแผง

“การเอารูปศิลปินขึ้นปกเป็นเหตุผลการตลาดด้วย face value เป็นเหตุผลที่เขาใช้อยู่ ถือว่า save สุด ซึ่งถ้าใช้แล้วสำเร็จเขาก็จะรักษาไว้ จริง ๆ แล้วแต่ค่ายจะมองคนละด้าน อย่าง เบิร์ด ธงไชย คุณไปทำปก Abstract มันผิดเป็นไปไม่ได้เลย มันอยู่ที่ตัวตนของเพลง ของศิลปิน และค่าย ถ้าเกิดอินดี้แต่คุณเอารูปศิลปินขึ้นปกแบบหล่อสวยคนก็ไม่ซื้อ เพราะอินดี้จะอิสระ ทำแบบ abstract แบบอาร์ต เทห์ ๆ หน่อยก็ถูกแล้ว อย่างค่ายใหญ่คือ mass pop เราก็ต้องรู้ pop culture คืออะไร จริง ๆ อยู่ที่โจทย์ มีปกของรัดเกล้าเขาไม่ได้สวยมาก แต่เขามีคาแรกเตอร์ เราอยู่เบเกอรี่ คาแรกเตอร์มาก่อน ผู้ใหญ่ไม่ได้มองว่าสวยไม่สวย ก็เลยยึดกับคาแรกเตอร์ แล้วมาถ่ายรูป มันจะได้อารมณ์อีกแบบหนึ่ง อย่างรัดเกล้า แค่ถ่ายขาวดำยังดูว่าคนนี่แปลกมาก มันสะท้อนคาแรกเตอร์ที่ศิลปินมี เบสิกต้องอาร์ต ๆ” (เคลวิน ห่วง, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2549)

นอกจากนี้ ผู้ออกแบบยังต้องวางแผนการเลือกวัสดุและระบบพิมพ์ที่จะใช้ผลิต ให้เหมาะสมกับรูปแบบและขนาดกล่องบรรจุซีดีที่กำหนดไว้ โดยผู้ออกแบบที่มีความรู้และทักษะในด้านการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ย่อมได้เปรียบกว่าผู้ออกแบบที่มีประสบการณ์น้อย จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แสดงกรอบแนวคิดในการออกแบบปกซีดีเพลงอินดี้เป็นแผนภาพที่ 5.4 ดังนี้



## แผนภาพที่ 5.4 กรอบแนวคิดในการออกแบบปกซีดีเพลงอินดี้



### 5.1.2.2 การถ่ายภาพ (ถ้ามี)

กรณีที่ผู้ออกแบบเลือกใช้ภาพถ่าย จะต้องมีการจัดการช่างภาพที่มีสไตล์การทำงานสอดคล้องกับแนวคิดของปกอัลบั้มที่ต้องการนำเสนอ เช่น เลือกช่างภาพชาวตาในงานที่ต้องการเน้นความเป็นศิลปะ หรือช่างภาพแฟชั่นในการถ่ายภาพศิลปินเพลงวัยรุ่น เป็นต้น ทั้งนี้ อาจมอบหมายงานให้กับช่างภาพในบริษัทหรือว่าจ้างช่างภาพอิสระตามที่เหมาะสม ในบางชิ้นงานอาจต้องมีสไตล์ศิลปะเพื่อช่วยจัดทำทางศิลปินและองค์ประกอบในภาพเพิ่มเติมเข้ามาด้วย นอกจากนี้ผู้ออกแบบยังต้องพิจารณาเลือกสถานที่ ที่ทีมงาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ตามความเหมาะสมภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ ทั้งเรื่องงบประมาณและเวลา

ก่อนการถ่ายภาพผู้ออกแบบจะต้องเตรียมการและประสานงานส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหลาย ได้แก่ การจัดเตรียมสถานที่ถ่ายภาพ อุปกรณ์ประกอบฉาก เสื้อผ้า ช่างแต่งหน้า รวมไปถึงการนัดหมายวันเวลาถ่ายภาพกับผู้เกี่ยวข้องและทีมงาน การติดต่อมอบหมายรายละเอียดงานเพื่อการเตรียมตัวของศิลปิน ช่างภาพ และสไตลิสต์ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการกำหนดทิศทางและมุมมองความคิดร่วมกันกับผู้ออกแบบที่รับผิดชอบในส่วนนี้

ปกอัลบั้มที่มีการถ่ายภาพมาเกี่ยวข้อง ประสบการณ์ของช่างภาพและสไตลิสต์จะเข้ามาเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ผลงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ว่าจ้างที่ให้อิสระในการตัดสินใจแก่ช่างภาพและสไตลิสต์ค่อนข้างมาก นอกจากนี้ ศิลปินก็เป็นอีกส่วนประกอบสำคัญต่อภาพที่จะปรากฏผ่านเลนส์ ศิลปินที่มีทักษะในการสื่อสารเป็นอย่างดี และมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำงาน จะสามารถนำเสนอบุคลิกของตนได้อย่างชัดเจน และมีส่วนร่วมในการถ่ายทำได้มากกว่า

### 5.1.2.3 การตกแต่งกราฟิกคอมพิวเตอร์

หลังเสร็จสิ้นกระบวนการถ่ายภาพปกอัลบั้ม (ถ้ามี) อาจมีรูปภาพเป็นจำนวนมากที่ผู้ออกแบบ ช่างภาพ และผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ จะต้องตัดสินใจหาข้อสรุปพร้อมกันในการเลือกภาพที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้

เมื่อได้รูปภาพที่ต้องการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว หรือในกรณีที่ผู้ออกแบบเลือกใช้ภาพกราฟิกแทนการใช้ภาพถ่ายศิลปิน ก็จะไปสู่ขั้นตอนของงานตกแต่งด้วยกราฟิกคอมพิวเตอร์ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่

1. ภาพที่ใช้เป็นปกอัลบั้ม อาจเป็นภาพกราฟิกหรือภาพถ่ายที่จะถูกนำมาตกแต่งเพื่อเสริมจุดเด่นหรือลดข้อบกพร่องต่าง ๆ ทั้งที่มาจากตัวศิลปิน หรือจากกระบวนการถ่ายภาพ เพื่อให้ได้ผลงานที่มีความสมบูรณ์ที่สุดก่อนการพิมพ์ ในส่วนของงานตกแต่งภาพหรือรีทัช (Retouch) ขึ้นอยู่กับข้อตกลงเบื้องต้นระหว่างผู้ว่าจ้างกับช่างภาพ เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นมาจากงานถ่ายภาพปกติ ช่างภาพบางคนอาจดำเนินการในส่วนนี้เอง หรือจ้างบุคคลอื่นดำเนินการต่อ

“ถ้าลูกค้ามีเงินเราจะแต่งให้ แต่เราทำเองไม่ได้ ก็ต้องไปจ้างคนอื่นอีกที มันเป็นจำนวนเงินเหมือนกัน ลูกค้าบางคนเอาไปแต่งเอง เราเลยควบคุมคุณภาพตรงนี้ไม่ค่อยได้ ถ้าต้นทุนน้อยก็ไม่ควรรีทัชมาก ควรใช้กระบวนการอื่น ไม่ใช่ในสตูดิโอ หรืออาจถ่ายดิิจิตอลแทนฟิล์ม ก็จะได้งานเหมือนกัน แต่คุณภาพอาจด้อยกว่านิดหน่อย อยู่ที่ว่าจะทำอย่างไร” (ณภัทร อากกล้า, สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2549)

กรณีนี้ที่ผู้ว่าจ้างเป็นบริษัทดนตรีซึ่งมีนักออกแบบกราฟิกในสังกัด ในส่วนของงานตกแต่งภาพจึงมักถูกมอบหมายให้เป็นหน้าที่ของนักออกแบบกราฟิกของค่าย โดยอาจทำงานร่วมกับช่างภาพ หรืออาจแยกส่วนกันไปเลยก็ได้

2. ภาพประกอบและตัวอักษร ผู้ออกแบบอาจมีการออกแบบโลโก้ ชื่อวงหรือชื่ออัลบั้มเพื่อสร้างความโดดเด่นให้แก่ผลงาน และในการจัดวางตัวอักษรและภาพประกอบต่าง ๆ ลงไปบนปกอัลบั้มร่วมกับรูปภาพกราฟิกอื่น ๆ หรือภาพถ่ายที่เตรียมไว้ ทักษะและสไตล์ของผู้ออกแบบแต่ละคนถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้งานสร้างสรรค์มีความสวยงามแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์

#### 5.1.2.4 การสร้างงานต้นแบบ (Art work)

เมื่อผ่านกระบวนการจัดวางและตกแต่งด้วยคอมพิวเตอร์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ออกแบบจะทำการพิมพ์ตัวอย่างงานออกแบบดังกล่าว (Layout) เป็นต้นแบบสำเร็จก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการพิมพ์แบบอุตสาหกรรมต่อไป ในกรณีที่ศิลปินมิได้ออกแบบปกอัลบั้มของตนเอง งานต้นแบบจำเป็นต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้ว่าจ้าง ซึ่งอาจเป็นฝ่ายบริหารและฝ่ายการตลาดของบริษัท (ถ้ามี) รวมทั้งศิลปินเจ้าของอัลบั้มด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กรณีที่ผู้ออกแบบเลือกใช้กล่องบรรจุซีดีด้วยกระดาษหรือวัสดุอื่นที่แปลกไปจากกล่องใสซีดีขนาดมาตรฐานทั่วไป ผู้ออกแบบอาจต้องสร้างแบบจำลอง (Block up) ที่ใกล้เคียงกับของจริงก่อนการพิมพ์ เพื่อให้งานออกมาสมบูรณ์ที่สุด และลดข้อผิดพลาดให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด

“นักออกแบบต้องรอบรู้เรื่องการพิมพ์และคำนึงถึงผลที่ออกมาด้วย ถึง ออกแบบดี แต่พลาดนิดหน่อยเรื่องงานพิมพ์ก็ทำให้ผลลัพธ์สุดท้ายของงาน ไม่สมบูรณ์ได้ นอกจากต้องทำการบ้านเรื่องงานดีไซน์ สื่อสารกับตัวนักร้อง และค่ายแล้ว ต้องทดลองทำ Block Up กับสิ่งพิมพ์ที่จะออกมา ให้ดูเหมือน จริงที่สุด อาจไม่ได้พิมพ์อะไร แค่อวดตดปะให้ดูเหมือนจริง เพื่อพ้อออกมาแล้วดูสมบูรณ์ที่สุด ไม่ใช่อยู่แต่ในกระดาษ ในคอม พอเสร็จแล้วไป พิมพ์จริง มันไม่ได้ตามที่คิด ก็สูญเปล่า คนออกแบบต้องรู้ว่าทำออกมาแล้ว งานจะเป็นอย่างไร ก็ต้องลดข้อบกพร่องให้น้อยที่สุด แล้วเขาต้องรู้ว่าสิ่งที่ ออกจากมือเขามันจะสมบูรณ์อย่างไรด้วย เช่น การเผื่อพื้นที่กระดาษปก สำหรับการพับ เพื่อให้มันออกมาพอดี ไม่เผยอ ซึ่งอาจต้องทดสอบก่อน” (วรวิมล ดวงวุฒิมกุล, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2549)

นอกจากนี้ กรณีที่อัลบั้มนั้น ๆ มีผู้สนับสนุนซึ่งต้องลงภาพหรือโลโก้เพื่อ โฆษณาสินค้าและบริการให้ ผู้ออกแบบจะต้องจัดวางภาพหรือโลโก้ดังกล่าวให้เรียบร้อยก่อนส่งให้ ผู้รับผิดชอบตรวจสอบงานอีกครั้ง ทั้งนี้ ผู้ออกแบบอาจได้รับภาพหรือโลโก้โฆษณามาก่อนล่วงหน้า หรืออาจได้รับหลังจากงานออกแบบสำเร็จแล้ว ซึ่งกรณีแรก ผู้ออกแบบจะมีโอกาสปรับปรุงแบบงาน หรือต่อรองกับผู้สนับสนุนได้มากกว่า

กรณีที่มีการลงภาพหรือโลโก้โฆษณาสินค้าบนปกอัลบั้มให้กับผู้จ่ายเงิน สนับสนุน (Sponsor) ผู้สนับสนุนดังกล่าวอาจเข้ามามีส่วนร่วมตรวจสอบด้วย อย่างไรก็ตาม หากงานที่ ออกแบบไว้ไม่เข้ากันกับภาพหรือโลโก้โฆษณาของผู้สนับสนุน การจะแก้ไขในขั้นตอนนี้อาจเป็นไปได้ยาก เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

“เวลาเราออกแบบสั้นๆ แล้วสปอนเซอร์กำหนดว่าต้องเป็นสี่สีแบบนี้ เราต้องเสียค่าพิมพ์เพิ่มอีก จาก 4 สีเป็น 5 สี ซึ่งบางทีมารเก็ตติ้งก็ยอมให้ เปลี่ยน” (นุติ นิยมสมบูรณ์, สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2549)

การตรวจสอบความถูกต้องของงานในขั้นนี้ อาจทำให้ผู้ออกแบบต้อง ดำเนินการแก้ไขตัวอย่างงานพิมพ์อีกครั้ง โดยเฉพาะกรณีที่ขั้นตอนบางส่วนของกระบวนการ สร้างสรรค์ปกซีดียืดหยุ่นจนเกินไป อาจทำให้การสื่อสารงานระหว่างผู้เกี่ยวข้องขาดประสิทธิภาพ จนเกิดข้อผิดพลาดในผลผลิตสุดท้ายได้ ทั้งนี้ กรณีดังกล่าวมักเกิดขึ้นกับการมอบหมายงานให้แก่ นักออกแบบในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็กที่มีฝ่ายการตลาดคอยกำกับ ขณะที่การทำงานใน รูปแบบอื่น ๆ ผู้ว่าจ้างหรือศิลปินเองมักให้อิสระแก่ผู้สร้างสรรค์อย่างเต็มที่ โดยเลือกว่าจ้างหรือไหว้วานผู้ออกแบบที่คุ้นเคยและเข้าใจสไตล์การทำงานอย่างดีมาก่อน จึงไม่ค่อยมีการแก้ไขภายหลัง

“ปก P.O.P อัลบั้ม P.O.P (Limited edition) เราทำไปแล้วถูกให้กลับมาแก้ที่หลัง อันที่กลองยาวกว่าปกติ เป็นรูปสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลม สีน้ำเงินแดง เหลือง อาร์ตมาก ๆ ซึ่งเราโดนว่าจากทุกด้าน เพราะตอนทำไม่มีใครให้ดูงาน เราก็ทำไปเรื่อย ๆ จนเสร็จ ให้ศิลปินดูแล้วเขาไม่ชอบ ฝ่ายมาร์เกตติ้งก็ว่ามาอีก ว่าดูไม่รู้เรื่อง คือเขาต้องการขาย นก พรชานี ตอนหลังเลยทำปกออกมาใส่กรอบอีกทีหนึ่ง เป็นรูป นก พรชานีเลย” (ภาณุ พันธุ์สินชัย, สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2549)

### 5.1.3 กระบวนการพิมพ์

การเข้าสู่กระบวนการพิมพ์ปกอัลบั้มโดยโรงพิมพ์ ถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการสร้างสรรค์ปกอัลบั้ม โดยเป็นกระบวนการผลิตผลงานต้นแบบ (Artwork) ด้วยระบบอุตสาหกรรม เพื่อส่งต่อไปสู่กระบวนการบรรจุหีบห่อรวมกับเทปบันทึกเสียงหรือแผ่นซีดีเพลงที่ผ่านการบันทึกเรียบร้อยแล้ว และจัดจำหน่ายต่อไป โดยส่วนใหญ่บริษัทดนตรีมักมีโรงพิมพ์ที่ติดต่อกันเป็นประจำ เพื่อป้องกันการลักลอบขายข้อมูลให้กับผู้ค้าซีดีเถื่อน สำหรับโรงพิมพ์ซึ่งเป็นที่นิยมใช้ทั่วไปในกลุ่มบริษัทดนตรีขนาดเล็ก รวมถึงนักออกแบบอิสระได้แก่ บริษัททิวทัศน์การพิมพ์ และโรงพิมพ์วงตะวัน เป็นต้น ซึ่งเป็นโรงพิมพ์ที่เข้าใจระบบการทำงานเป็นอย่างดี

การผลิตปกสำหรับกล่องบรรจุซีดีแบบมาตรฐาน (Jewel case) สามารถส่งเข้าโรงพิมพ์ได้ทั่วไป ขณะที่กล่องบรรจุซีดีซึ่งผลิตจากกระดาษหรือวัสดุอื่นเป็นปกอัลบั้ม อาจต้องสั่งพิมพ์เป็นพิเศษโดยโรงพิมพ์ที่มีประสบการณ์ อย่างเช่นโรงพิมพ์ที่ได้กล่าวถึงข้างต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่มีการใส่ลูกเล่นมาก ๆ (Gimmick) ทั้งพื้นผิว และรูปแบบ ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นด้วย

“กล่องแบบ Jewel case พิมพ์ที่ไหนก็ได้ แต่ที่เป็นกระดาษ มีแค่ไม่กี่เจ้าที่ทำได้ บางอันพลาดไปมีลิเมตรหนึ่งก็ปิดไม่ได้นะ มันต้องวางแผน ต้องเป็นโรงพิมพ์ที่ชำนาญเท่านั้น” (พิชิต วิริงคนุต, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2549)

ในส่วนของระบบการพิมพ์ บริษัทดนตรีส่วนใหญ่และศิลปินอิสระที่มีเงินลงทุนหรือให้ความพิถีพิถันในการผลิตปกซีดี โดยทั่วไปจะเลือกใช้ระบบการพิมพ์แบบออฟเซต (Off set) 4 สี เพื่อได้งานพิมพ์ที่มีคุณภาพดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานพิมพ์ปกอัลบั้มที่ใช้ภาพถ่าย ซึ่งต้องเน้นความคมชัดสวยงาม อย่างไรก็ตาม ผู้ออกแบบอาจเลือกใช้ระบบการพิมพ์อื่นเพื่อสร้างลูกเล่นให้กับงาน หรือเพื่อลดต้นทุนในการผลิตก็ได้ ทั้งนี้ ผู้ออกแบบที่มีทักษะหรือความรู้เกี่ยวกับวัสดุและระบบการพิมพ์ต่าง ๆ เป็นอย่างดี ย่อมสามารถนำจุดเด่นจุดด้อยของแต่ละระบบมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่งานสร้างสรรค์ของตนได้

“อย่าง Nolens. Volens อัลบั้ม Unveiled ทำจำนวนน้อย ถ้าทำแบบเปิดเพลงจะแพงมาก เลยใช้ซิลส์กรีนทั้งหมดเลย ก็จะมีวิธีการพิมพ์ออกไป ราคาถูกกว่า 100 % อาจจะเป็นข้อดีก็ได้ เพราะจับคู่มันจะเป็นพื้นผิว แต่ข้อด้อยของระบบนี้คือ ใช้สีได้ไม่เยอะ” (พิชิต วิริงบุตร, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2549)

อย่างไรก็ตาม การพิมพ์ปกซีดีเพลงโดยส่งโรงพิมพ์ทั่วไปจะรับจำนวนพิมพ์ขั้นต่ำอยู่ที่ประมาณ 1,000 แผ่นขึ้นไป และยังมีปริมาณการพิมพ์มากราคาก็จะถูกลง ฉะนั้น ศิลปินอินดี้บางกลุ่มที่มีเงินทุนน้อย และมีจำนวนการผลิตไม่ถึง 1,000 แผ่น โดยส่วนใหญ่จะศิลปินกลุ่มนี้จะผลิตผลงานด้วยตนเองทั้งกระบวนการ ทั้งในส่วนของงานเพลง และปกซีดี ผู้ผลิตกลุ่มนี้อาจเลือกที่จะดำเนินการพิมพ์ปกซีดีเพลงด้วยตนเองโดยใช้เครื่องพิมพ์ส่วนตัว (Printer) หรือใช้วิธีการถ่ายเอกสาร ซึ่งวิธีดังกล่าวจะให้คุณภาพของงานที่ต่ำกว่าการผลิตโดยโรงพิมพ์ และลักษณะเหล่านี้ก็พบน้อยลงมากในปัจจุบัน เนื่องจากศิลปินมีทางเลือกในการลดต้นทุนการผลิตมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการว่าจ้างบริษัทจัดจำหน่าย หรือการรวมกลุ่มทำงานร่วมกับศิลปินอิสระอื่น ๆ เพื่อมีอำนาจต่อรองและโอกาสการผลิตที่ดีมากขึ้น

เมื่องานออกแบบได้เข้าสู่กระบวนการพิมพ์เรียบร้อยแล้ว ก็ถือได้ว่าสิ้นสุดกระบวนการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มภายใต้หน้าที่รับผิดชอบของผู้ออกแบบ รูปแบบและเนื้อหาในส่วนนี้จะเป็นส่วนที่ถูกส่งไปสู่การรับรู้ของผู้รับสารต่อไป

## 5.2 ความแตกต่างระหว่างกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีโดยผู้ผลิตเพลงอินดี้และผู้ผลิตเพลงกระแสหลัก

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกระบวนการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มในบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ พบว่า มีปัจจัยสำคัญที่ทำให้กระบวนการแตกต่างกัน 4 ประการ ดังนี้

1. ลักษณะการกระจายงานขององค์กรหรือผู้ผลิต เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดผู้มีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหาปกซีดี สำหรับ ผู้ผลิตอินดี้ การทำงานขึ้นกับตัวเองเป็นหลักและมีอิสระสูง แม้เป็นบริษัทดนตรีขนาดเล็กก็มีผู้ร่วมรับผิดชอบเพียงไม่กี่คน ผู้ออกแบบจึงเป็นผู้ควบคุมกระบวนการสื่อสารผ่านปกซีดี และการสื่อความหมายส่วนใหญ่ก็มาจากประสบการณ์ของผู้ออกแบบเป็นสำคัญ ขณะที่ บริษัทดนตรีขนาดใหญ่ การทำงานเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย มีการกระจายงานสูงและมีผู้รับผิดชอบมาก การสื่อสารผ่านปกซีดีจึงเป็นการสื่อถึงความหมายร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร

2. จุดมุ่งหมายในการผลิต เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดหน้าที่ของปกซีดี สำหรับ *ผู้ผลิตอินดี้* สร้างสรรค์ผลงานเพลงโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการค้าแบบไม่แสวงหาผลกำไร ไม่ว่าจะศิลปินจะมีฐานะดีมีงบประมาณการผลิตสูง หรือเป็นศิลปินที่ต้องดิ้นรนอย่างมากเพื่อจะสามารถมีอัลบั้มเป็นของตัวเอง หัวใจสำคัญร่วมกันอยู่ที่การนำเสนอผลงานด้วยความอิสระและเป็นตัวของตัวเองมากที่สุด โดยไม่ได้มุ่งที่ยอดขาย ฉะนั้น หน้าที่สำคัญของปกซีดีซึ่งเป็นพื้นที่เพื่อการสื่อสารที่คนกลุ่มนี้มีอยู่อย่างจำกัด จึงต้องสะท้อนตัวตนและผลงานเพลงให้คนรับรู้ได้มากที่สุดด้วยเช่นกัน ขณะที่ *บริษัทดนตรีขนาดใหญ่* มีจุดมุ่งหมายเพื่อการค้าแบบแสวงหาผลกำไร และมีช่องทางการสื่อสารจำนวนมาก ปกซีดีจึงมีหน้าที่เพียงตอกย้ำภาพลักษณ์ของศิลปินเช่นเดียวกับที่ปรากฏในสื่ออื่น ๆ ด้วยการแสดงภาพถ่ายศิลปินที่สวยงามบนหน้าปกอัลบั้ม เพื่อการจดจำได้และดึงดูดใจเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่เป็นอีกหนึ่งช่องทางสร้างรายได้ของผู้ผลิตด้วยการให้พื้นที่ลงโฆษณาสินค้ากับสปอนเซอร์หรือผู้สนับสนุนผลงานเพลงชุดนั้น ๆ

3. ระบบการผลิต เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดรูปแบบของปกซีดี จำนวนการผลิต และเงินลงทุน สำหรับ *ผู้ผลิตอินดี้* มีจำนวนการผลิตน้อย และกำหนดเวลาวางแผนมีความยืดหยุ่นสูง คุณภาพและรูปแบบจึงขึ้นอยู่กับงบประมาณ ความพร้อม และความใส่ใจของผู้ผลิต บางอัลบั้มใช้รูปแบบของหีบห่อซีดีแปลกใหม่ ทำให้การผลิตและการพิมพ์ต้องใช้วิธีการพิเศษ เช่น การใช้กล่องกระดาษแทนกล่องพลาสติกที่ใช้ทั่วไปในอุตสาหกรรมดนตรี (Jewel box) ก็ต้องจ้างแรงงานคนในการพับเพิ่มเติมและใช้เวลาการผลิตที่นานกว่า ขณะที่ *บริษัทดนตรีขนาดใหญ่* มีระบบการผลิตและกระจายสินค้าแบบอุตสาหกรรมมวลชน กำหนดเวลาว่างจำหน่ายมีความแน่นอน และมีจำนวนการผลิตต่อครั้งมาก จึงมักเลือกรูปแบบของกล่องซีดีที่ผลิตจากกระดาษ และเลือกใช้กล่องแบบมาตรฐานแทน

“จริง ๆ กระดาษแพงกว่านะ แต่พยายามหนีอะไรที่เคย ๆ แล้วสุดท้ายจะกลับมาถูกค่า คนซื้อบอกว่าฟังซันใช้งานยาก ทุกคนถึงบอกเก็บแยกของ ถ้าเป็นแพ็คเกจนี้เก็บเข้าหิ้ง” (อุไรวรรณ พุทธิรักษา, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2549)

“การตัดสินใจใช้กล่องกระดาษหรือพลาสติก ไม่ใช่แค่ความสวยงาม แต่เป็นความเร็วในการผลิต กล่องกระดาษอาจพับได้ 100 ชิ้นต่อวัน แต่กล่องพลาสติกจับใส่ได้เลย วันหนึ่งได้ 200-300 ชิ้น ค่าใช้จ่ายอยู่ไม่ได้ วันนี้เราต้องวางทั้งประเทศ ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมันกระทบทุกอย่าง เพราะเป็น Mass product เขาไม่ได้ส่งเราเจ้าเดียว แต่ส่งของค่ายอื่นในเครือไปด้วย มันเป็นอุตสาหกรรม แต่ค่ายเล็กไม่เสร็จก็รอได้ มีเวลาคิด ปกสำคัญกับเขา เพราะไม่มีอย่างอื่นพูดมาก” (อนุศาสตร์ ทับทัน, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2549)

อย่างไรก็ตาม สำหรับอัลบั้มที่ต้องการความพิเศษหรือแปลกใหม่ของผลงาน ผู้ผลิตอาจเลือกใช้กล่องกระดาษเป็นหีบห่อซีดี ซึ่งมีข้อได้เปรียบในการสร้างสรรค์มากกว่า

"แกรมมี่มีโรงพิมพ์ของตัวเอง ถ้าสั่งกระดาษแปลก ๆ จะแพง เพราะต้องจ้างช่างนอกทำวงไหนขายทิ้งเลยก็จะเป็นกล่องพลาสติก ไม่เปลือง อย่างพีรเพลย์เป็นอัลบั้มที่ไม่ตั้งเป้าจะขายเยอะ ฉะนั้น โปรดักชันการทำปก เลยอยากทำเยอะเพื่อกระตุ้นยอดขาย รู้สึกว่าการลงทุนทำให้ดีหน่อย เป็นปกกระดาษ ดูแพง คุ้มราคา ถ้าคนอยากได้แบบนี้ก็ไม่ไปซื้อของปลอม เลยเสนอผู้ใหญ่ไป แต่ถ้าเป็นแกรมมี่แกรนด์ จะเป็นกล่องพลาสติกหมด เพราะนักร้องเขาเป็น Mass" (เป็ย์ ชันธวิทย์, สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2549)

และด้วยระบบตลาดเป็นตัวตั้งทำให้ต้องบริหารค่าใช้จ่ายให้คุ้มกับการลงทุนมากที่สุด งบประมาณการผลิตส่วนนี้จึงถูกลดทอนลง จากข้อมูลสัมภาษณ์ครีเอทีฟที่รับผิดชอบออกแบบปกอัลบั้มบริษัทจีเอ็มเอ็มแกรมมี่และบริษัทอาร์เอส พบว่า บริษัทดนตรีขนาดใหญ่มีงบประมาณการผลิตต่อหนึ่งปกอัลบั้มโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3-5 บาทเท่านั้น ซึ่งน้อยกว่าการผลิตโดยผู้ผลิตอิสระมาก

4. กลุ่มเป้าหมาย เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของปกซีดี สำหรับผู้ผลิตอินดี้ มีช่องทางการเข้าถึงผู้ฟังจำกัด และความอิสระในการทำงานที่เปิดโอกาสให้สามารถสร้างสรรค์แนวทางการดนตรีแปลกใหม่ได้มากกว่า จึงเป็นการจำกัดกลุ่มผู้ฟังที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งสะท้อนมายังวิถีคิดและบุคลิกของปกซีดี ที่อาจไม่ได้ใช้ภาษาเปิดกว้าง และยังเป็นที่น่าสนใจเฉพาะกลุ่ม ขณะที่ บริษัทดนตรีขนาดใหญ่ จากระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่มีกลไกตลาดเป็นตัวนำ กลุ่มเป้าหมายจึงเป็นมวลชนหรือผู้รับสารส่วนใหญ่ของประเทศ ฉะนั้น ในกระบวนการสื่อสารจึงต้องติดตั้งรหัสความหมายที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และตรงไปตรงมา

ปัจจัยทั้ง 4 ประการข้างต้นได้แสดงให้เห็นถึงจุดยืนด้านวิถีคิดในการสื่อสารผ่านปกซีดีเพลงอินดี้ที่แตกต่างจากการผลิตโดยบริษัทดนตรีกระแสหลักขนาดใหญ่ 3 ประการที่สำคัญ ดังนี้

1. โครงสร้างและรูปแบบ (Format) หีบห่อบรรจุซีดี หากเป็นการผลิตโดยบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ ซึ่งมีการผลิตแบบอุตสาหกรรมและมีจำนวนผลิตมาก การกำหนดรูปแบบ ขนาด และจำนวนพับของหีบห่อซีดีจึงต้องมีมาตรฐาน เพื่อให้ง่ายต่อการผลิต และมีต้นทุนที่แน่นอน ไม่ว่าจะรูปแบบหน้าตา (Form) หรือเนื้อหา (Content) ของภาพปกที่สื่อสารจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม ขณะที่การผลิตโดยผู้ผลิตอินดี้เป็นการตามใจตัวเองเป็นสำคัญ (by order) จึงไม่มีรูปแบบที่แน่นอนตายตัว เปิดโอกาสให้มีความหลากหลายด้านความคิดสร้างสรรค์ ดังจะเห็นได้จากซีดีเพลงอินดี้หลายอัลบั้มที่ใช้หีบห่อเป็นกระดาษ พลาสติก หรือมีจำนวนพับซับซ้อน ไม่ซ้ำแบบกัน ตามแต่ความต้องการและความพร้อมของผู้ผลิต

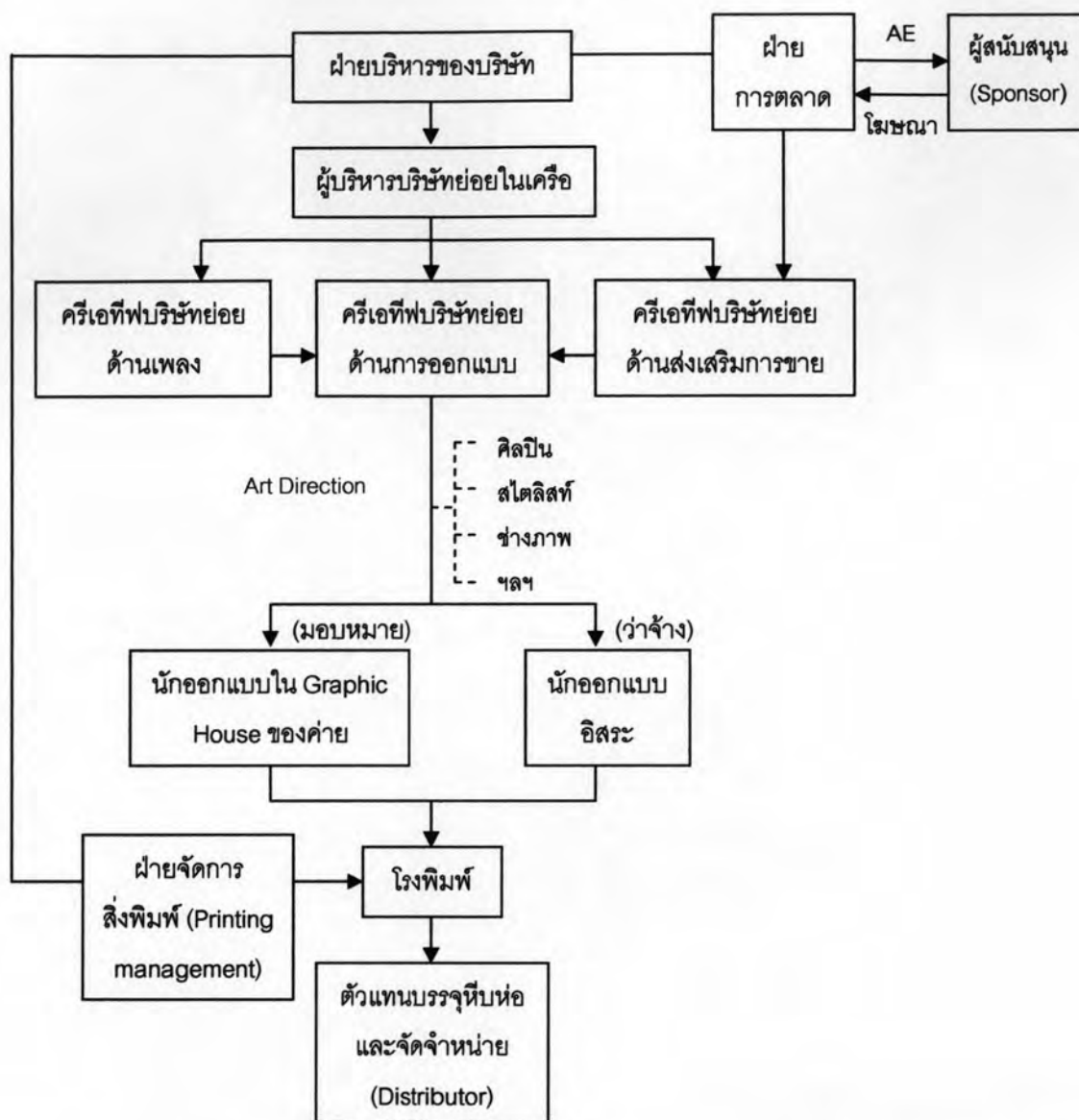


2. รูปแบบ (Form) การสร้างสรรค์บุคลิกหน้าตาของปกซีดี จะเห็นได้ว่าบุคลิกเด่นอย่างหนึ่งเมื่อมองปกซีดีเพลงอินดี้ก็คือการไม่นิยมใช้ภาพหน้าตาศิลปินขึ้นปก หรือถ้าใช้ก็จะนำเสนอในมุมมองหรือบุคลิกที่แตกต่างไป เพื่อสะท้อนวิถีคิดในฐานะผู้ผลิตอิสระที่มุ่งนำเสนอความแปลกใหม่ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความหลากหลาย โดยสามารถนำเสนอแง่มุมอื่น ๆ ได้มากกว่าเพียงแค่ความสวยงาม ทั้งที่สำหรับบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ การใช้ภาพศิลปินขึ้นปกถือเป็นส่วนสำคัญทางการตลาดที่ช่วยย้ำภาพลักษณ์ของศิลปินในช่วงระยะเวลาการโปรโมทอัลบั้ม เช่นเดียวกับที่เผยแพร่ในสื่ออื่น ๆ และทำให้เกิดการจดจำได้บนแผง

3. เนื้อหาหรือสาระเรื่องราว (Content) ที่นำเสนอผ่านปกซีดี เมื่อการผลิตแบบอินดี้เปิดโอกาสให้สามารถสร้างสรรค์ความหลากหลายได้มากกว่า เนื้อหาที่นำเสนอจึงเปิดกว้างขึ้นอยู่กับมุมมองความคิดและประสบการณ์ของผู้ออกแบบ โดยมากปกซีดีเพลงอินดี้จะถูกกำหนดแนวคิดมาจากรูปแบบดนตรี เรื่องราวเกี่ยวกับบทเพลงในอัลบั้ม หรือตัวตนศิลปินเป็นหลัก ขณะที่ปกซีดีเพลงกระแสหลักเนื้อหาที่สื่อสารจำเป็นต้องย้ำถึงแนวคิดในการผลิตผลงาน (Album concept) ซึ่งเป็นแกนสำคัญที่ถูกวางไว้แต่แรกเพื่อกำหนดแนวทางการทำงานในแต่ละอัลบั้ม ไม่ว่าจะเป็นเพลงภาพลักษณ์ศิลปิน หรือภาพปกอัลบั้มที่นำเสนอไปยังผู้รับสารทางสื่อใด ๆ จะต้องสอดคล้องกัน

ผู้วิจัยได้สรุปกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดใหญ่หรือกลุ่มผู้ผลิตเพลงกระแสหลัก เป็นแผนภาพที่ 5.5 ดังนี้

แผนภาพที่ 5.5 กระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีในบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ และบริษัทย่อยในเครือ (พ.ศ.2549)

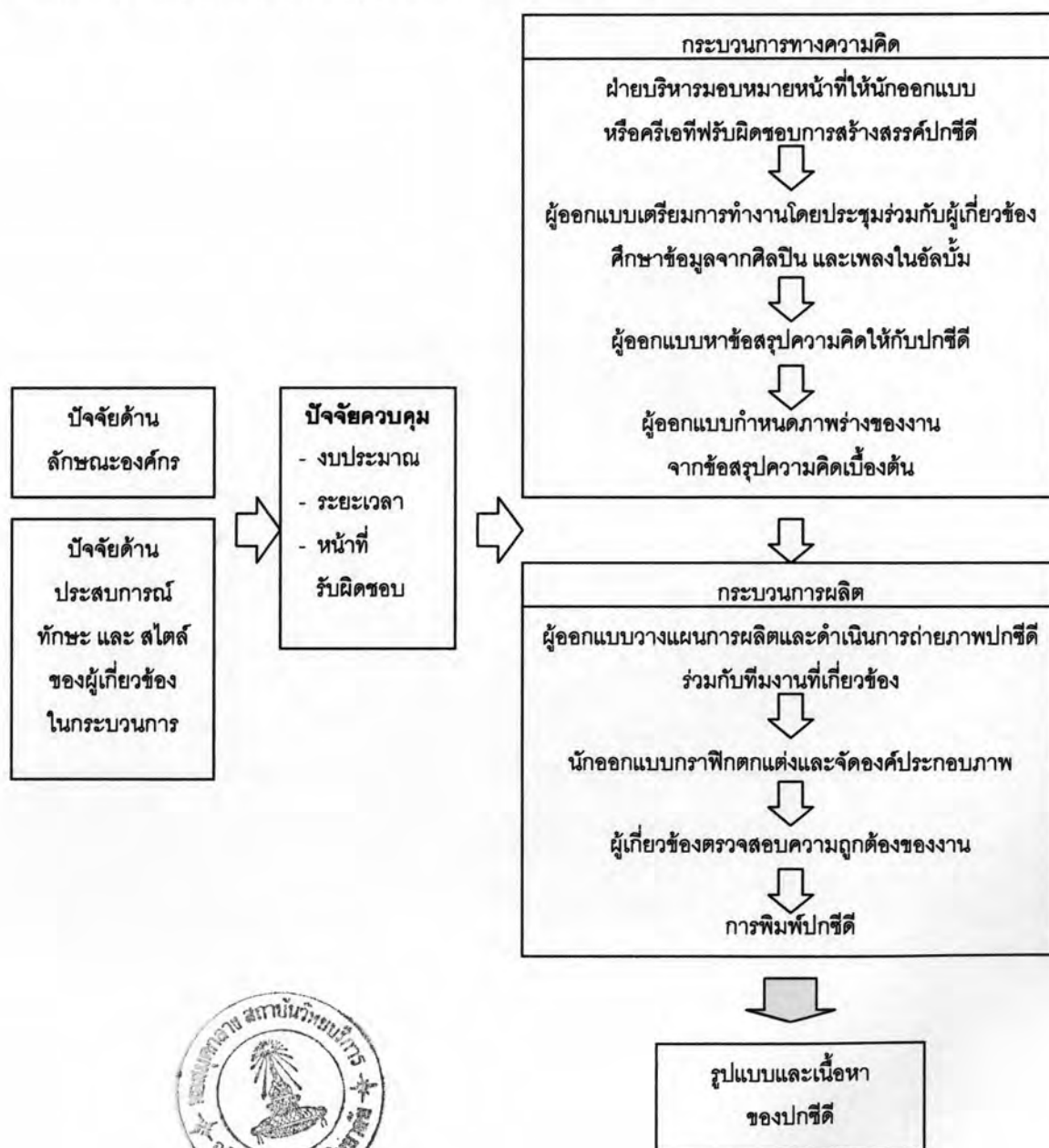


จะเห็นได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงในบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ เมื่อผู้ผลิต (Sources) ได้มอบหมายหน้าที่ให้แก่นักออกแบบหรือครีเอทีฟ (Sender) เป็นผู้รับผิดชอบการส่งสารหรือข้อมูลต่าง ๆ (Message) ไปยังกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย (Receiver) ผ่านทางปกซีดีเพลง (Channel) ในขั้นตอนของกระบวนการผลิตและออกแบบปกอัลบั้มหนึ่ง ๆ เนื้อหาของสารนั้นได้ถูกติดตั้ง (Encode) และถอดรหัส (Decode) ขึ้นแล้วซ้ำอีกโดยบุคคลหลายฝ่ายที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการทำงาน ความหมายของสารได้ถูกตีความและส่งต่อไปเรื่อย ๆ ตั้งแต่ขั้นตอนกระบวนการทางความคิดและการติดต่อสื่อสารไปจนถึงสิ้นสุดกระบวนการออกแบบผลิตปกซีดี และกระบวนการพิมพ์ ภายใต้ปัจจัยด้านองค์กรที่มีความซับซ้อน และมีการแบ่งงานกันทำตามความรับผิดชอบเป็นลำดับขั้น ซึ่งมีผลต่อการกำหนดหน้าที่รับผิดชอบ และการเข้ามามีส่วนร่วมของบุคคลต่าง ๆ ในส่วนของ

ปัจจัยภายใน ได้แก่ ประสบการณ์ รวมถึงสไตล์ และทักษะความสามารถของผู้ร่วมงานแต่ละคน โดยเฉพาะผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ออกแบบปกอัลบั้มนั้น ๆ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยนำเข้าสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการติดตั้งและถอดรหัสสาร นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยควบคุม 2 ตัว ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของผู้ออกแบบในการผลิตรูปแบบเนื้อหาของงานในขั้นสุดท้าย ได้แก่ ปัจจัยเรื่องงบประมาณ ระยะเวลา และขอบเขตความรับผิดชอบที่ผู้ออกแบบได้รับ

ทั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการศึกษาผ่านปกซีดีเพลงได้ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยได้แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงในบริษัทดนตรีขนาดใหญ่เป็นแผนภาพที่ 5.6 ดังนี้

แผนภาพที่ 5.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีเพลงในบริษัทดนตรีขนาดใหญ่ (พ.ศ.2549)



เมื่อเปรียบเทียบกับกระบวนการสร้างสรรค์ปกซีดีโดยผู้ผลิตเพลงอินดี้ ซึ่งได้แก่ บริษัทดนตรีขนาดเล็ก และศิลปินอิสระ ในแง่ของลักษณะขององค์กร จะเห็นได้ว่ากระบวนการผลิตปกซีดีเพลงของผู้ผลิตอินดี้นั้นมีลักษณะของการกระจายงานต่ำกว่ามาก ผู้รับผิดชอบด้านการออกแบบจึงเป็นผู้ควบคุมกระบวนการทำงาน และมีส่วนสำคัญต่อการสื่อความหมายต่าง ๆ ผ่านทางปกซีดีมากกว่าการผลิตโดยองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งดำเนินงานภายใต้เงื่อนไขทางการตลาด และมีประสบการณ์ของคนหลายฝ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องในการเข้าและถอดรหัสสาร ความหมายที่สื่อสารผ่านปกจึงเป็นความหมายร่วมกันเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร ขณะที่การสร้างสรรค์ปกซีดีโดยผู้ผลิตเพลงอินดี้ ความหมายส่วนใหญ่มาจากประสบการณ์ของผู้ออกแบบเป็นหลัก ซึ่งผู้ออกแบบอาจเป็นศิลปินเจ้าของอัลบั้ม นักออกแบบที่ว่าจ้าง คนรู้จักที่ไหว้วานให้ช่วย หรือนักออกแบบในสังกัดบริษัทดนตรีขนาดเล็ก ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบค่อนข้างกว้าง ผู้ออกแบบจะเป็นผู้สร้างสรรค์ขึ้นจากการตีความศิลปิน เพลง หรือแนวคิดเกี่ยวกับอัลบั้ม ฯลฯ และถ่ายทอดออกมาตามประสบการณ์ส่วนตัว โดยส่วนใหญ่ทำหน้าที่ทั้งออกแบบและดำเนินการผลิตด้วยตนเอง ฉะนั้น ความหมายจากสารที่ส่งไปยังการรับรู้ของผู้ฟังเพลงอินดี้ส่วนใหญ่จึงเป็นความหมายที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของผู้ออกแบบเป็นสำคัญ ทั้งนี้ ผู้ออกแบบมีอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ยึดติดกับการนำเสนอสไตล์ และประเภทที่มุ่งเน้นการสื่อความหมาย อาจกล่าวได้ว่าปกซีดีเพลงอินดี้สามารถสื่อความหมายหรือสะท้อนถึงตัวตนของศิลปิน บทเพลง หรือแนวคิดเกี่ยวกับอัลบั้มได้มากกว่าปกซีดีเพลงกระแสหลัก ในกรณีนี้ผู้ออกแบบจัดอยู่ในประเภทที่มุ่งเน้นการสื่อความหมายมากกว่ายึดติดกับสไตล์การนำเสนอ

และนอกจากความยากลำบากในการผลิตผลงานเพลงในอัลบั้ม ซึ่งส่วนใหญ่ศิลปินเป็นผู้ดำเนินการด้วยตนเองเกือบทั้งหมดแล้ว ด้วยข้อจำกัดทั้งเรื่องเงินลงทุนและช่องทางการสื่อสาร ศิลปินอินดี้ยังต้องค้นคว้าวิธีการสร้างสรรค์ปกอัลบั้มที่จะสามารถบอกเล่าหรือสะท้อนถึงวงได้ภายในงบประมาณที่ไม่มากจนเกินไป ซึ่งทางออกที่เลือกอาจเป็นการออกแบบและผลิตด้วยตนเอง การไหว้วานคนรู้จัก หรือมอบหมายให้เป็นหน้าที่ของบริษัทจัดจำหน่าย สำหรับศิลปินที่พอจะมีเงินลงทุนมากหน่อยอาจว่าจ้างนักออกแบบอาชีพให้เป็นผู้สร้างสรรค์ผลงาน ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความใส่ใจและพิถีพิถันของศิลปินหรือผู้ผลิตแต่ละคน การสื่อความหมายจากปกซีดีเพลงซึ่งไม่ว่าจะมาจากผู้ออกแบบกลุ่มใด ก็ล้วนแต่มีแง่มุมที่อ้างอิงมาจากความคิดเกี่ยวกับศิลปินหรือผลงานนั้น ๆ ไม่ส่วนใดก็ส่วนหนึ่ง ฉะนั้น การสื่อสารผ่านปกซีดีเพลงอินดี้ซึ่งผู้ผลิตมีอำนาจการตัดสินใจสูงจึงสามารถสะท้อนมุมมองหรือทัศนคติของผู้ผลิตกลุ่มนี้มีต่อตนเองและสังคมได้ ดังที่จะกล่าวถึงในบทต่อไป